Conseil économique, social et environnemental régional Rhône-Alpes

La société civile dans sa diversité

Le cinéma et la médiation culturelle

13 Octobre 2015

Les **Avis** et **Contributions**

Région RhôneAlpes

Conseil économique, social
et environnemental régional

Conseil économique, social et environnemental régional Rhône-Alpes

Le cinéma et la médiation culturelle

Rapporteur

M. Bernard LAURENT

Président de la commission n° 7 « Développement humain et société »

Contribution n° 2015-12

13 Octobre 2015

Le CESER en quelques mots…

Le CESER concourt à l'administration de la région aux côtés du Conseil régional et de son Président.

Il s'agit d'une assemblée consultative qui émet des **avis** (saisines) et **contributions** (auto saisines). Elle est représentative de la vie économique et sociale de la région.

Expression de la société civile dans toute sa diversité, les propositions du CESER éclairent les choix des décideurs régionaux.

Vous souhaitez suivre l'actualité du CESER Rhône-Alpes, inscrivez-vous à la lettre@rhonealpes.fr
ou
retrouvez les informations sur le site Internet de la Région Rhône-Alpes : www.ceser.rhonealpes.fr

Cette contribution a été adoptée à l'unanimité

par le Conseil économique, social et environnemental régional Rhône-Alpes

lors de son Assemblée plénière du 13/10/2015

Sommaire

		Pages
INTRODUCTION		**6**
1.	**La médiation culturelle, pour amener le public dans les salles de cinéma**	**14**
1.1	Le soutien au cinéma pour une diffusion diversifiée et de qualité	14
1.1.1	Les différents types de salle	14
1.1.2	Les soutiens publics locaux	24
1.2	Un environnement festif et attractif pour une diffusion diversifiée, de qualité et à prix abordable	30
1.2.1	Le film et autour du film	30
1.2.2	Les festivals	38
2.	**La médiation culturelle pour amener le cinéma au public**	**41**
2.1	Les publics éloignés / empêchés	41
2.1.1	Aménagement du territoire et ruralité	41
2.1.2	Les personnes fragiles ou fragilisées	42
2.2	La médiation culturelle à travers l'éducation à l'image et les nouveaux usages	44
2.2.1	Le rôle des différents acteurs pour l'éducation à l'image	44
2.2.2	Des nouvelles pratiques à prendre en considération	56
2.2.3	La transmission et l'échange à travers la conservation du patrimoine	58
Préconisations		**61**
Conclusion		**65**
Annexes		**67**
Déclarations des groupes		**87**

L'essentiel

Comment continuer à faire vivre et apprécier le cinéma, vecteur de médiation, de culture et d'éducation, au service de l'intérêt général et du lien social, sur tous les territoires en région Rhône-Alpes ?

- ✓ Poursuivre le soutien à toutes les formes de création, production cinématographiques et faciliter les tournages dans la région Rhône-Alpes, secteur aux retombées économiques importantes dans la région.
- ✓ Soutenir le cinéma de proximité pour son rôle d'aménagement du territoire, de développement du lien social et de médiation culturelle.
- ✓ Etre attentif à l'obsolescence du matériel et participer à son renouvellement, sur le modèle de ce qui a déjà été fait pour le numérique et qui doit continuer.
- ✓ Encourager la médiation culturelle et toutes les formes interactives et festives d'accès au cinéma pour favoriser la fréquentation des salles.
- ✓ Favoriser l'éducation à l'image comme un enjeu à fort potentiel éducatif.
- ✓ Favoriser une régulation légitime du secteur en veillant à un équilibre d'accès entre les milieux urbains et ruraux et en facilitant l'accès des publics éloignés/empêchés.

INTRODUCTION

« Le cinéma en tant que rêve, le cinéma en tant que musique. Aucun art ne traverse, comme le cinéma, directement notre conscience diurne pour toucher à nos sentiments, au fond de la chambre crépusculaire de notre âme ».
Ingmar Bergman – Laterna Magica

Pour Jean-Jack Queyranne[1], « *la culture doit devenir une compétence obligatoire des Régions*[2] » ; la question de la culture doit être au cœur des politiques régionales, non pas seulement pour des raisons d'aménagement du territoire, mais aussi parce que la création est un élément de la vitalité des régions.
Le volet culturel a d'ailleurs été intégré dans le CPER en 2014.

En effet, si depuis la Constitution de 1946, la Nation est garante de l'égalité d'accès de tout adulte et enfant à l'éducation, à la formation et à la culture, les collectivités territoriales se sont de plus en plus impliquées dans le soutien à la culture, malgré une politique européenne parfois contraignante[3]. Il s'agit alors de concilier une vision économique et une vision culturelle.

Ainsi la Région Rhône-Alpes est très active en matière de politique culturelle. Elle se distingue aussi par une volonté de soutenir la filière cinéma depuis de nombreuses années, filière à fort potentiel économique, génératrice d'emplois[4].

On estime en moyenne que pour 1 euro investi, on peut compter entre 4 et 6 euros de retombées économiques.

Avec un mode d'intervention spécifique, à la fois en termes de subvention et de coproduction, la Région Rhône-Alpes a été pionnière en la matière.

Elle continue à être active et innovante au service d'une production de qualité à travers Rhône-Alpes cinéma et les pôles cinéma répartis sur le territoire rhônalpin (Pixel [5] Lyon-Villeurbanne (69), La Cartoucherie [6] Bourg les Valence (26) – Les papeteries et le pôle de l'image [7] Cran Gevrier (74) – Ardèche image [8] Lussas (07). Un certain nombre de leurs films sont d'ailleurs nommés aux Césars et aux Oscars, par exemple :

---

[1] JJ. Queyranne, Président de la Région Rhône-Alpes

[2] Source : Le Monde du 17 juillet 2014

[3] La réglementation européenne est très interventionniste, notamment sur la politique des aides et subventions pouvant se heurter aux principes de libre circulation et de libre concurrence. La France lui oppose l'exception culturelle mais des litiges subsistent. Les aides dérogatoires peuvent être autorisées sous couvert de notification, or le CNC a fait le choix, contre l'avis de la Région Rhône-Alpes par exemple, de ne pas tout notifier. Par conséquence, des recours devant le tribunal administratif tendant à demander l'annulation de ces subventions qui ne seraient pas conformes à la réglementation européenne, apparaissent.
Depuis, la région a changé de système, pour un nouveau régime régi par une nouvelle convention dispensant de notification.
Le système régulé européen fait peser des contraintes supplémentaires, surtout envers les pays les plus développés d'Europe, dans une politique de soutien aux autres pays (comme dans le secteur de l'agriculture par exemple.). Ce sont deux conceptions du cinéma qui doivent devenir complémentaires : la conception économique et la conception culturelle.

[4] 340 000 emplois et 1 % PIB au niveau national, Ministre de la culture, communiqué de presse 9 décembre 2013

[5] *polepixel.fr*

[6] *www.bourg-les-valence.fr/Economie-et-Emploi/La-Cartoucherie*

[7] *www.ville-crangevrier.fr*

[8] *http://www.lussasdoc.org/ardeche_images_production,81.html*

. Le film « Mr Hublot » de Laurent Witz et Alexandre Espigares (Imaginove) : Oscars 2014
. « Une vie de chat » : Meilleur film d'animation d'Alain Gagnol et Jean-Loup Felicioli (Folimage) : Oscars 2012

La Région Rhône-Alpes et le cinéma

La Région Rhône-Alpes a été l'une des premières à s'investir dans le domaine du cinéma, notamment à travers l'aide à la production, mais aussi par le soutien apporté aux salles de proximité, en favorisant les mises en réseau, en investissant sur la modernisation des salles et en soutenant les festivals.

- L'un des principaux outils est le Centre européen cinématographique Rhône-Alpes créé en 1990 par Roger Planchon.

  ✓ Trois activités : Rhône-Alpes Cinéma, Rhône-Alpes Studios, La Commission du Film Rhône-Alpes, installées à Villeurbanne sur le Pôle PIXEL, premier pôle régional français d'activités innovantes de l'image, du son et des industries créatives, qui regroupe aujourd'hui plus de 70 entreprises avec environ 450 salariés permanents.

  ✓ Trois actionnaires principaux : la Région Rhône-Alpes, la Caisse d'Épargne Rhône-Alpes, CDC Entreprises (Groupe Caisse des Dépôts).

Quelques chiffres :

. Rhône-Alpes cinéma est une SA avec un budget de 3 millions d'euros, 2 millions par la Région Rhône-Alpes, 1 million par le CNC, pour 220 films coproduits. Ce catalogue appartient à la Région Rhône-Alpes. La Région est un partenaire devenu influent dans le monde du cinéma.

Seules les régions Rhône-Alpes et Nord Pas de Calais sont coproductrices, ce qui permet aussi d'être intéressé sur les recettes et les produits dérivés.

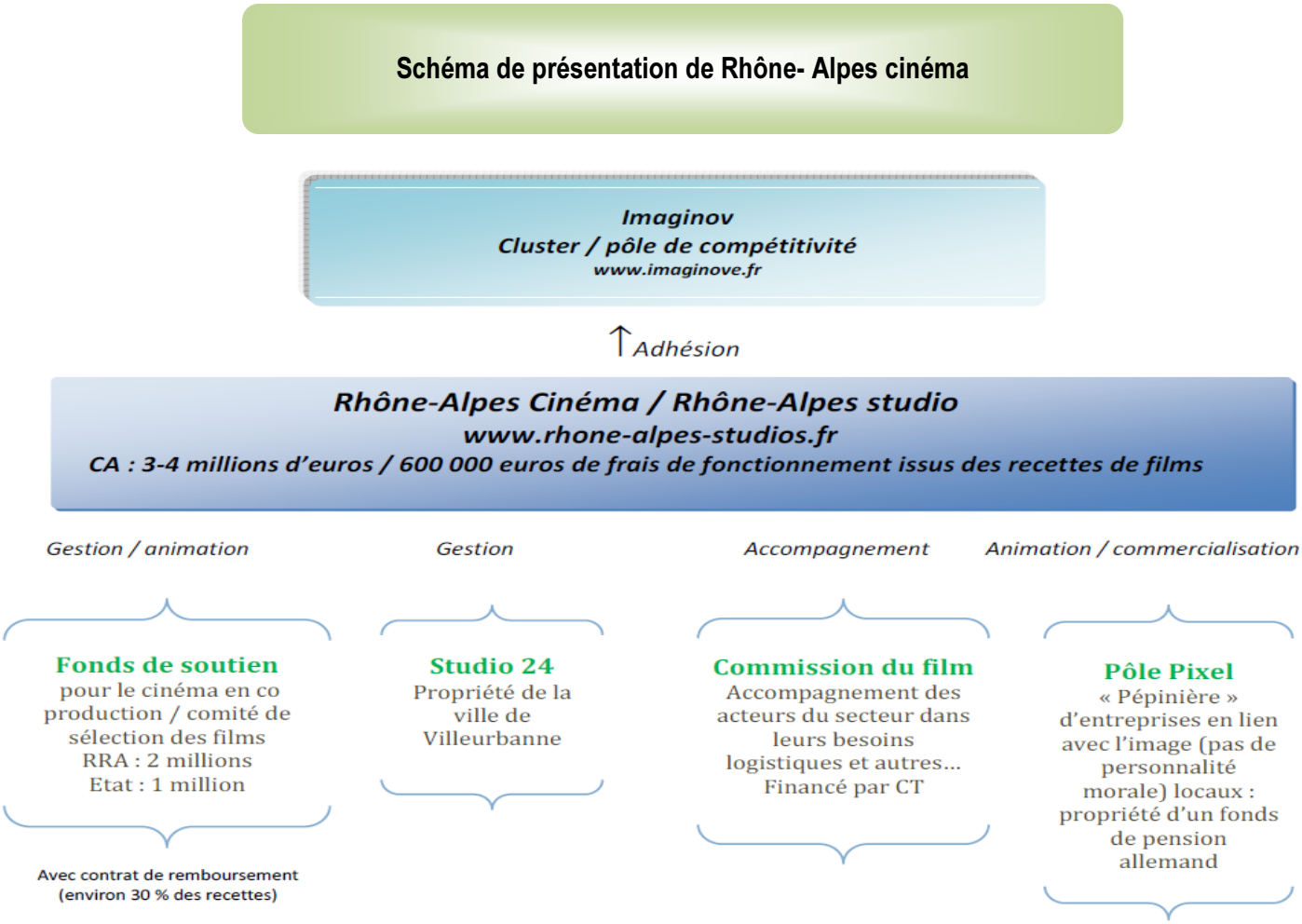
C'est la deuxième région en termes d'investissements, après l'Ile de France, qui n'intervient que sur le mode de la subvention. Aujourd'hui, le cinéma français ne pourrait pas exister sans les Régions, même si beaucoup revoient leur budget à la baisse, dans cette période de budget contraint, restreint… Les enjeux sont autant économiques que culturels.

* Le budget total annuel de la Région Rhône-Alpes pour le cinéma et l'audiovisuel : 10 millions d'euros par an.

* 4 axes pour une politique nouvelle et ambitieuse en faveur du cinéma de long-métrage : aide à la production (Rhône-Alpes cinéma), aide à l'animation (mise en réseaux, GRAC…), aide en lien avec l'aménagement du territoire, aide à la transition numérique.

* De même un soutien aux projets éducatifs artistiques et culturels, à la création, sont des éléments importants de la médiation culturelle.

Schéma de présentation de Rhône- Alpes cinéma



L'intervention publique peut concerner la production, la distribution, l'exploitation, la formation ou encore la médiation culturelle, dans un souci d'associer le plus grand nombre au cinéma. Si l'intervention publique est importante, elle devrait néanmoins couvrir l'ensemble des territoires.
Eu égard à ce dynamisme et ces spécificités régionales[9], **le cinéma étant un outil culturel et créateur de lien social, la thématique du cinéma et de la médiation culturelle est particulièrement pertinente.**

Cinéma et médiation culturelle sont des notions à multiples sens. S'il n'existe pas de définition stricte, en déterminer le contour permet de mieux les comprendre.

[9] Voir en annexe 1 quelques chiffres du cinéma en région Rhône-Alpes

- CT = Collectivités territoriale

✓ Quelques définitions…

. La médiation culturelle

La médiation culturelle désigne communément l'espace de relations entre le public et une expression artistique.
Nous pouvons retenir pour sa pertinence la définition donnée par la ville de Montréal[10] .
Le terme « médiation culturelle » est employé au Québec depuis les années 2000 pour désigner des stratégies d'action culturelle centrées sur les situations d'échange et de rencontre entre les citoyens et les milieux culturels et artistiques. Elle se caractérise par :

1. la mise en place de **moyens d'accompagnement, de création et d'interventions** destinée aux populations locales et aux publics du milieu artistique et culturel ;
2. l'objectif de favoriser **la diversité des formes d'expression culturelle et des formes de participation à la vie culturelle**.

Il s'agit d'élargir et d'approfondir l'accès de la population, dans sa diversité, en particulier des plus démunis, aux moyens de création individuelle et collective (démocratie culturelle), ainsi qu'à l'offre culturelle professionnelle (démocratisation culturelle).

L'approche de la médiation culturelle doit s'inscrire sous l'angle du développement culturel, social et local.

La médiation culturelle concerne, certes, tous les domaines de la culture, mais en région Rhône-Alpes, berceau des frères Lumière, le cinéma peut être considéré comme un objet culturel ce qui explique l'investissement important d'un grand nombre de collectivités rhônalpines.

La médiation culturelle peut aussi être mise en lien avec l'éducation populaire.

L'éducation populaire est née, depuis Condorcet, du projet républicain de construction d'une société constituée de citoyens libres, éclairés, en mesure d'exercer un jugement autonome sur le monde dans lequel ils agissent.

Au-delà de la conception communément admise d'une éducation de tous, par tous et pour tous, en contrepoint d'une éducation réservée à un petit nombre, deux dimensions se sont développées : l'une en complément de celle de l'école, l'autre pour favoriser l'éducation politique des adultes.

La réflexion sur l'avenir de l'éducation populaire lancée en 1998 par la ministre de tutelle Marie-Georges Buffet a montré qu'il s'agit aujourd'hui plus que jamais de permettre à tous les membres de la cité d'interroger les faits sociaux ou les politiques publiques et ainsi « habiter la démocratie ». C'est augmenter la « puissance d'agir » de tous, en reconnaissant des droits culturels à chacun, en montrant l'intérêt de son expérience originale dans la construction des savoirs sociaux utiles pour l'action collective.

Cela conduit le sociologue Christian Maurel à proposer une définition moins formelle et plus opérationnelle de l'éducation populaire :

« ensemble des pratiques éducatives et culturelles qui œuvrent à la transformation sociale et politique, travaillent à l'émancipation des individus et du peuple et augmentent leur puissance démocratique d'agir » (Education populaire et puissance d'agir-2010).

[10] Source : http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/

Dans l'histoire contrastée de l'éducation populaire le cinéma a toujours pris une part importante :

- d'abord pour se faire reconnaître comme septième art grâce à l'éducation des spectateurs dès le manifeste publié en 1920 par Louis Delluc dans le Journal du Ciné-club ;
- mais aussi pour stimuler du débat politique, non pas avec des spécialistes ou des intellectuels mais avec de larges masses : le cinéma est un moyen de combat et de libération sociale ;
- enfin comme outil pédagogique, à la fois avec le cinéma scolaire et le cinéma dit « récréatif » avec les Offices du cinéma éducateur laïc créés par la Ligue de l'Enseignement.

Depuis les années 80, des mouvements d'éducation populaire contribuent dans une logique participative au « faire ensemble » en soutenant des circuits itinérants, la création de petites salles succédant aux exploitations privées qui ferment leurs portes : programmer, animer, gérer, investir, recruter, communiquer … sont autant de savoir-faire nécessaires pour la mise en œuvre du « voir ensemble ». Ils participent aussi au développement de la médiation artistique à partir du constat que le contact avec l'œuvre et sa fréquentation ne suffisent pas pour démocratiser l'accès à l'art ; s'agissant du cinéma, il est nécessaire de migrer d'un cinéma éducateur à un « cinéma de passeurs ».

On rejoint ici la question de la médiation culturelle.

. Le cinéma

Le cinéma remplit une mission d'intérêt général[11], quel que soit le type (longs/courts métrages, documentaires, films d'animation, etc.), et quelle que soit la nature de la diffusion.
On nomme **cinéma**[12] une projection visuelle en mouvement, le plus souvent sonorisée. Le terme désigne indifféremment aujourd'hui une salle de projection ou l'art en lui-même.
Le cinéma sera donc entendu à travers l'œuvre et non pas seulement à travers un lieu géographique ou une salle de diffusion.

[11] Par exemple, le festival de Cannes est considéré comme un service public administratif. (TC 19 décembre 1988 « *Ville de Cannes c/ Ponce* », n° 02541).

[12] Source : http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=10575, Le terme est l'apocope de " cinématographe " (du grec κνημα *kínéma*, " mouvement " et γραφειν *gráphein*, " écrire "), nom donné par Léon Bouly en 1892 à l'appareil dont il dépose le brevet. Le terme est lui-même souvent abrégé dans le langage familier en " ciné " ou " cinoche ".

Les secteurs du cinéma

Production

Financement et réalisation du film
En amont jusqu'à – 3 ans

! de plus en plus de productions

Distribution

- Film terminé / produit fini
- Assurer l'information, la communication et la distribution du film
- Tirages des copies et installation stratégique dans les cinémas

! Copies en nombre limité

distribuées prioritairement aux multiplexes

Exploitation (cœur de métier du Grac)

Grandes exploitations
Entrées 450 000
Nbre de salles > 8
MULTIPLEXES

Moyennes exploitations
Entrées 80 à 450 000
Nbre de salles < 8

Petits salles
adhérentes potentielles au Grac
Mono écran ou 2/3 écrans
Salle privée, associative ou municipale
Rurale, urbaine, ou périurbaine

! Besoin d'aides pour survivre,

médiation culturelle à développer

Comme dans toutes les démarches artistiques, une œuvre cinématographique - ou film - est généralement destinée à un public, rassemblé en l'occurrence dans un lieu d'exploitation dédié.

Le modèle original français de l'industrie cinématographique

Le modèle est original, avec une production importante, notamment du fait d'un cadre normatif favorable, durable et protecteur. Le législateur a créé le CNC en 1946, avec pour mission d'exercer une unité de conception et de mise en œuvre de la politique du cinéma pour l'Etat.

C'est une activité pour laquelle l'intervention de l'Etat est jugée nécessaire à sa survie. Il existe deux types de soutien : l'un automatique, l'autre sélectif (production, distribution, exploitation). Ce soutien a aussi pour objectif de réguler les effets du marché tout en respectant le jeu concurrentiel, et assurer une diversité dans les films distribués.

Il existe des dépenses sélectives d'avance sur recette, ce n'est donc pas une subvention mais plutôt une sorte de prêt avec perte et profits parfois, ce qui partage les risques dans un système redistributif et solidaire.

Pour le court métrage, c'est un moyen de découvrir de nouveaux réalisateurs, ce n'est pas une avance sur recette mais une réelle subvention.

En raison de la diversité des technologies (3D, images de synthèse…), des multiples supports de diffusion (cinéma, TV, tablette, Smartphone, ordinateur…) et des attentes des publics, il est plus difficile de définir ce qu'est le cinéma aujourd'hui.

Ces nouveaux moyens d'approcher le cinéma en tant qu'œuvre sont au cœur des préoccupations d'aujourd'hui pour le cinéma de demain.

Croiser cinéma et médiation culturelle prend alors tout son sens, dans un monde en pleine révolution technologique, où les pratiques évoluent.

Le cinéma est une industrie mais aussi un art, un outil au service du lien social et de l'éducation, de l'aménagement du territoire.

L'exploitation cinématographique, en terme économique, n'est pas toujours rentable notamment dans les salles de proximité. En outre, le cinéma est largement utilisé comme un outil de médiation culturelle et d'éducation ce qui peut peser sur les coûts de la diffusion pour les salles qui s'y investissent. L'intervention des collectivités territoriales, en complément des initiatives privées, permet de ne pas limiter le cinéma à la seule logique économique de profitabilité. Ces aides permettent une présence plus dense des salles sur l'ensemble des territoires - même si elle peut encore être considérée comme insuffisante –, d'élargir la variété des genres proposés et de ne pas réserver la projection des films aux seuls multiplexes des grandes agglomérations. Ce sont des éléments de réponses à la question de la légitimité des aides publiques dans cette industrie si singulière.

Quelques chiffres nationaux

En 2014, moins de 208.97 millions d'entrées payantes, + 7.9% après une baisse 2013 de 10% par rapport à l'année précédente. En tête du box office 2013, les blockbusters américains, seul film français de l'année 2013 dans le box office : « Les profs ».
En revanche, en 2014, les 4 premiers films du classement sont français, ce qui n'était pas arrivé depuis 50 ans :

- Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?
- La famille Bélier
- Supercondriaque
- Lucy

Source INSEE

Pour que le cinéma existe dans toute sa richesse et sur tous les territoires, au surplus s'il sert des objectifs de médiation culturelle, l'intervention publique semble donc indéniable.

✓ Problématique

Comment continuer à faire vivre et apprécier le cinéma, vecteur de médiation, de culture et d'éducation, au service de l'intérêt général et du lien social, sur tous les territoires en région Rhône-Alpes ?

Pour comprendre les différents enjeux autour du cinéma et de la médiation culturelle, il est utile de distinguer le fait d'aller au cinéma et celui d'aller voir un film, comme nous l'a expliqué M. Esquenazi[13].

Quelques chiffres Rhônalpins

En 2011, la région Rhône-Alpes compte environ 670 salles de cinéma, offrant au total une capacité d'accueil de près de 127 000 fauteuils, soit environ 20 fauteuils pour 1 000 habitants. L'Ain est le moins bien loti avec moins de 13 fauteuils pour 1 000 habitants, à l'opposé de la Savoie (42 fauteuils pour 1 000 habitants). La Région Rhône-Alpes est la deuxième région de France en termes d'implantation de salles de cinéma.

Source INSEE

[13] C'est une idée forte développée par JP Esquenazi, sociologue, auditionné au CESER le 03/07/2014. Universitaire français spécialisé sur la relation entre la production culturelle et sa réception, il est professeur des Universités à l'Université Lyon 3 UFR Lettres et civilisations. Il dirige l'équipe de recherche sur les systèmes d'information et de communication des organisations et sur les médias

. Aller au cinéma

Les travaux du sociologue montrent que ce sont surtout les 15-27 ans, puis les plus de 45 ans qui vont au cinéma.

Pour les jeunes, l'idée d'aller voir tel film n'est pas l'élément déterminant de la sortie mais c'est la sortie en elle-même avec des amis qui est décisive. Les jeunes sont prêts à faire des concessions sur le film pour privilégier la sortie en groupe, d'où le succès des multiplexes qui proposent une grande variété de titres ainsi que des activités ludiques et de la confiserie appréciées des jeunes (en revanche, le choix du film est plus décisif à partir de 45 ans).

Aller voir un film au cinéma permet une sortie où le jeune peut « traîner » (manger du pop-corn, jouer aux jeux vidéos, discuter avec les amis…), d'où l'importance des « blockbusters » car les jeunes savent qu'ils ne s'ennuieront pas.

S'ils veulent voir un film en particulier, ils le feront sur Internet.
Ce phénomène explique aussi le succès des festivals de cinéma qui s'organisent comme une fête où l'on peut se cultiver, s'amuser, se divertir, se restaurer… et pas seulement un lieu où l'on peut visionner un film.
Pour une partie importante du public, le fait d'aller au cinéma est une sortie en concurrence avec d'autres sorties et divertissements.

Les familles avec enfants se situent souvent à la frontière entre cette pratique d'aller au cinéma et celle de voir un film, comme nous l'a confirmé le sondage[14] commandé aux étudiants de Lyon 2.

. Voir un film

Certains spectateurs, notamment la tranche de plus de 45 ans ainsi que les CSP avantagés, vont au cinéma essentiellement pour visionner le film choisi, et non pas d'abord pour l'attrait de la sortie en groupe. Ce sont ces spectateurs que l'on retrouve majoritairement dans les salles de proximité.
Pour autant, voir un film ne se fait pas qu'au cinéma. Le nombre de films vus sur grand écran est d'ailleurs très inférieur par rapport au nombre de films vus sur d'autres types de support.
Une cinéphilie peut se former à travers des actes autres que celui d'aller au cinéma (JP. Esquenazi).
Il est plus simple d'aller trouver un film sur Internet par exemple, ce que les jeunes pratiquent particulièrement. En cela, Netflix est intéressant car il permet de clarifier une certaine économie du net et de limiter les téléchargements illégaux.

Les nouveaux médias sont complémentaires et non pas en concurrence. Le film est un objet qui se conjugue sur plusieurs médias, ou supports *« il faut l'accepter et le prendre en considération* », (JP. Esquenazi), pour penser le cinéma comme outil de médiation culturelle. C'est aussi ce qui ressort de l'analyse produite par les étudiants de Lyon 2 en réponse à la commande de sondage effectuée.

- ***Sans production, pas de public, sans public, pas de production… pour continuer à faire vivre le cinéma comme outil de divertissement, outil culturel, de lien social, d'éducation et de transmission, au service de l'intérêt général, il faut à la fois amener le public dans les salles (première partie) et aller vers le public (deuxième partie). La médiation culturelle favorise le goût du cinéma, quels que soient les supports de diffusion, et concourt à l'augmentation de la fréquentation des salles, l'un renforçant l'autre.***

[14] La commission 7 du CESER a commandé un sondage aux étudiants en économétrie de la faculté de sciences éco de Lyon 2. Ils avaient, à l'aide d'une enquête qualitative et quantitative, la mission d'apporter des éléments d'éclairage sur les déterminants de la fréquentation des salles de cinéma des rhônalpins. La synthèse de restitution se situe en annexe n°7 de ce document, et peut être consultée en intégralité sur le site Internet du CESER. http://www.rhonealpes.fr/684-accueil-ceser.htm

1. La médiation culturelle, pour amener le public dans les salles de cinéma

Il est primordial de continuer à donner l'envie d'aller dans les salles… que l'on aille voir une œuvre ou que l'on fasse une sortie au cinéma. Les soutiens au cinéma doivent aller dans le sens d'une diffusion de qualité et diversifiée.

Si la consommation de l'image est passive, aller dans la salle de cinéma peut s'avérer contraignant puisqu'il faut aller vers l'image alors que c'est elle qui vient à nous dans les autres supports (télévision, tablette, ordinateur…). Les jeunes notamment sont particulièrement sensibles au confort que peut provoquer la vision d'un film au moment où ils le désirent, à l'endroit qu'ils ont choisi, avec les pauses qu'ils souhaitent. Il apparaît donc important de continuer à donner l'envie d'aller dans les salles… pour qu'un type de consommation de films n'exclue pas l'autre. De multiples leviers peuvent être actionnés pour maintenir ou renforcer cette envie.

1.1 Le soutien au cinéma pour une diffusion diversifiée et de qualité

Pour que le public se déplace… il faut des salles, où le public puisse se rendre (maillage territorial) et où il ait envie de se rendre pour passer un moment agréable (confort et programmation). Il faut une offre de diffusion diversifiée et de qualité, dans un environnement festif. Pour faciliter la fréquentation des salles, les pouvoirs publics doivent continuer à avoir une politique de soutien active, multiple et innovante.

1.1.1 Les différents types de salle

Les multiplexes sont devenus incontournables, offrant un panel de services et une diversité de diffusion. Leur développement a permis de stimuler la fréquentation des salles de cinéma. Mais les cinémas de proximité[15] sont plébiscités, parce qu'ils favorisent le lien social et qu'ils peuvent offrir une diffusion plus adaptée à la demande de la population locale, en proposant une gamme de manifestations pour un public qui vient chercher plus que la simple diffusion d'un film.

- **Les multiplexes**

La création de multiplexe est soumise à autorisation (l'autorisation est accordée par une commission départementale d'équipement cinématographique (CDEC), présidée par le Préfet) au même titre que les centres commerciaux par exemple.

Sans véritable définition stricte[16], un cinéma multiplexe est communément admis comme étant un complexe cinématographique d'au moins 10 salles et disposant d'une capacité d'au moins 1500 fauteuils. On trouve cependant aussi de « petits » complexes de 8 salles et plus, dont la capacité dépasse les 1000 fauteuils. Ils sont classés par le CNC (Centre National du cinéma) comme des cinémas multiplexes.

Sont recensés une quinzaine de multiplexes en région Rhône-Alpes.

Ils se caractérisent par toute une série de services et prestations **:** salles en gradin, de taille importante, climatisées, dotées de sièges confortables, d'écrans de plus de 10 mètres de base et d'un son techniquement amélioré (dolby, digital, THX), assurant aux spectateurs une qualité de projection, un large choix de films et de nombreuses séances, 7 jours sur 7.

[15] Nous entendons par cinéma de proximité toutes les salles qui ne sont pas des multiplexes, comme c'est l'usage chez les professionnels.

[16] Source : http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/delon/1.etat.htm

En complément des salles, les multiplexes disposent souvent de vastes halls d'accueil, de parkings, de points de vente de confiserie et restauration, voire de salles de jeux vidéo et même de bowling… Si ces accompagnements peuvent apparaître comme très commerciaux, force est de reconnaître qu'ils sont attractifs notamment pour les publics jeunes qui, au-delà de visionner un film, veulent passer du bon temps entre amis.

La programmation des multiplexes est très largement destinée au grand public, ce qui les distingue en grande partie des cinémas de proximité: les films programmés alternent les « blockbusters », les films familiaux, pour enfants…, essentiellement en version française. Cependant, il faut noter que quelques multiplexes proposent des films plus intimistes, en version originale sous titrée (les UGC). De plus en plus, les multiplexes programment également des diffusions de spectacles et d'opéras, parfois en direct. Cette offre trouve son public sans pour autant concurrencer l'institution de départ qui programme l'œuvre, mais dans une démarche complémentaire et à un prix souvent plus abordable.
L'exploitation cinéma multiplexe s'est inspirée du modèle économique de la grande distribution, sur le modèle américain…

Le cinéma en France est protégé par la chronologie des médias[17]. Les revenus sont assez linéaires au niveau de l'exploitation, ce qui n'est pas le cas de la production dont les revenus sont plus fluctuants.
Les sociétés de distribution ont plus de difficultés car elles n'ont pas de parachutes en cas d'échec d'un film.
En France, un exploitant ne peut avoir plus de 25 % du marché, Pathé[18] en a 24,5 %…
Le critère de performance est l'entrée par habitant. En France, avec des entrées autour de 5 millions et un peu plus de 3 entrées par habitant, le marché est quasiment saturé selon M.Rocourt.
Le marché français se porte donc bien, la construction des multiplexes y a contribué, la fréquentation a été doublée en 20 ans, avec un parti pris de qualité sur le plan de l'aménagement, de l'architecture, du confort...
M.Rocourt précise que Pathé n'est pas dans les petites villes car la construction est onéreuse, avec beaucoup de salariés…

Le géomarketing est important comme nous l'a signalé le Directeur du Pathé Lyon **: les spectateurs sont prêts à faire de 5 à 45 minutes de voiture pour aller au cinéma, souvent à l'occasion d'autres courses, mais ils considèrent cependant qu'au-delà de 15, 20 minutes, cela devient trop long.** C'est également la conclusion du sondage commandé aux étudiants de Lyon 2[19].

Il ne faut pas occulter que le cinéma est un art et un business…

La société Pathé Gaumont a créé une fondation d'archives du patrimoine cinématographique.

La France est le 1er marché du cinéma, avec une production significative (300, 400 films français produits par an, puis Angleterre, Allemagne, Italie…). La cinématographie américaine est importante et s'installe sur les écrans. Sans production nationale suffisante, les américains prennent les parts de marché.

En France, le cercle vertueux doit perdurer, l'exploitation doit bien fonctionner pour avoir une production française importante économiquement et artistiquement.

Il ne faut pas oublier que les cinéphiles choisissent aussi d'aller dans les multiplexes, lorsqu'ils leur apportent plus de confort, de choix…

Les nouvelles technologies nécessitent de trouver des nouveaux modèles économiques, de s'adapter, de se réinventer.
La numérisation a permis aussi de proposer davantage de films …

Le CNC est à la tête d'un système de redistribution : quand des films américains fonctionnement bien, le CNC reverse à la production française. Les majors américains participent donc indirectement à la création et aux équipements français.

[17] Voir annexe n°4

[18] Audition de M. Rocourt, Directeur Pathé Lyon, le 13 janvier 2014.

[19] Voir la synthèse du sondage en annexe n°7.

Le multiplexe doit servir l'accès à la culture. C'est un lieu de rassemblement de convivialité, d'échange, de mixité sociale… pour voir des films dans toute leur diversité et pluralité.

- **Les cinémas de proximité**

Ils peuvent avoir différentes formes : associative, municipale, privée, coopérative, selon les initiatives locales … Ils peuvent aussi se structurer en réseau.

- ***Qu'est-ce qu'un cinéma de proximité ?***

60% des salles en France sont des salles d'Art et Essai, pour 29% des entrées dont 80% en milieu rural, comme nous l'a indiqué le Directeur de la SCOP le Navire[20]. Pour autant, le modèle SCOP est relativement rare dans le domaine du cinéma.
Au niveau des financements, outre les aides éventuelles du CNC, les SOFICA[21] sont un bon partenaire[22].

Le passage au numérique permet de garder les films et de pouvoir les reproposer. Pour autant, les pôles urbains concentrent les films ce qui a pour conséquence un manque de copies disponibles pour le réseau. Les exploitants préfèrent souvent garantir la rentabilité. Dans le cinéma le Navire, le film est à l'affiche au minimum 3 semaines pour lui laisser une chance de vivre et de s'installer. Selon la loi du 30/09/2010 sur la contribution numérique, la contribution et la programmation doivent être séparées.[23]
Les cinémas de proximité doivent être des lieux ouverts au débat et à l'éducation. Ils assurent un véritable rôle sociétal d'ouverture à la culture.

- ***Les salles d'Art et Essai***

C'est une qualité qui peut être revendiquée par un film et par une salle. La labellisation des œuvres, par une commission spécialisée, garantit une certaine qualité culturelle du film. L'Etat donne une subvention à un cinéma qui passe les films d'Art et Essai. Le GRAC préconise à ses salles de se labelliser d'Art et Essai. La particularité de la salle d'arts et d'essai est de proposer des films différents, originaux. Pour obtenir ce label, elle doit diffuser une proportion conséquente ce type de films classés comme tels par le CNC.

[20] SCOP le Navire http://www.lenavire.fr/, auditionné lors de la Journée d'études du 2/10/2014

[21] Source : http://www.cnc.fr/web/fr/SOFICA

[22] Comme nous l'a expliqué le Directeur de Teamto **;** site **:** http://www.teamto.com/
producteur de 3D. La société, studio d'animation, produit des films et des séries type Lapins crétins, Angelo la Debrouille.

[23] Source : http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000022871025&dateTexte=&categorieLien=id

Film d'Art et Essai

Les critères de recommandation d'une œuvre d'Art et Essai sont définis par le décret du 22 avril 2002 :

- œuvre possédant d'incontestables qualités mais n'ayant pas obtenu l'audience qu'elle méritait ;
- œuvre Recherche et Découverte, c'est à-dire ayant un caractère de recherche ou de nouveauté dans le domaine cinématographique ;
- œuvre reflétant la vie de pays dont la production cinématographique est assez peu diffusée en France,
- œuvre de reprise présentant un intérêt artistique ou historique, et notamment considérée comme des «classiques de l'écran» ;
- œuvre de courte durée, tendant à renouveler l'art cinématographique. Peuvent également être comprises dans les programmes cinématographiques d'Art et Essai ;
- des œuvres récentes ayant concilié les exigences de la critique et la faveur du public et pouvant être considérées comme apportant une contribution notable à l'art cinématographique ;
- œuvres cinématographiques d'amateurs présentant un caractère exceptionnel.

Classement d'Art et Essai

Le classement d'Art et Essai d'un établissement cinématographique repose sur plusieurs critères :
• sur un indice automatique indiquant la proportion de séances réalisées avec des films recommandés art et essai par rapport aux séances totales offertes.
• Sur une pondération de cet indice automatique par :
*un coefficient majorateur qui apprécie le nombre de films proposés, la politique d'animation (en tenant compte des moyens dont la salle dispose), l'environnement sociologique, l'environnement cinématographique…)
*par un coefficient minorateur qui prend en compte : l'état de la salle, la diversité des films art et essai proposés, l'insuffisance du fonctionnement : nombre de semaines et de séances (hors période de travaux).
• Trois labels peuvent être attribués aux salles selon leur spécificité :
. recherche et découverte
. jeune public
. patrimoine et répertoire
La référence est l'unité urbaine (définie par l'INSEE - voir ci-dessous), appelée également agglomération, dans laquelle est située l'établissement.

- ***Les moyens d'existence***

Il est difficile pour un cinéma de proximité d'être viable s'il n'a pas un soutien direct ou indirect des collectivités territoriales ou des EPCI (Etablissements publics de coopération intercommunales), sans oublier l'importance de l'action des bénévoles.

A Sainte Foy, les municipalités qui se sont succédées ont toujours été sensibles à la culture, avec une écoute forte. Pour le nouveau cinéma, le méridien comprend un centre social, une halte garderie, la salle du conseil municipal et le cinéma.

Organisation du cinéma J. MOURGUET (association type loi 1901)

- ✓ 1 Bureau = 1 Président + 1 vice-président + trésorier + 1 trésorière adjointe + 1 secrétaire + 1 secrétaire adjointe
- ✓ Réunion hebdomadaire du bureau et de la direction
- ✓ 1 CA = 17 membres (16 bénévoles élus + 1 élu de la municipalité). Réunion trimestrielle du CA

70 bénévoles répartis dans 12 équipes :

. Sélection des films et rédaction
. Circulation des films
. Caisse Projection
. Restauration / ciné Mômes
. Comptabilité – trésorerie
. Animations
. Communications
. Administration et amis du ciné Mourguet
. Distribution
. Logistique

L'association, dans la négociation de son évolution en «biplexe», voulait un parking, être en centre ville, près des transports en communs, pour toucher tous les publics.
Sans soutien public, le projet n'aurait pu se faire, avec par exemple une subvention de 30 000 euros de la part de la mairie.

Les cinémas de proximité ont aujourd'hui des salles aussi confortables que celles des multiplexes, avec un accès agréable. C'est d'ailleurs l'une des conditions minimum de réussite.

Le modèle économique de l'association J. Mourguet

- subvention de 30 000 euros de la commune,
- pas de loyer,
- pas de fluide,
- le bâtiment est mis à disposition.

- Budget correctif avec flexibilité pour arriver à l'équilibre…
- Le festival est déficitaire mais fait partie de la stratégie globale, tout est budgétisé.
- Bâtiment municipal
- Convention avec la Mairie
- Association soumise à l'impôt sur les sociétés et à la TVA
- 3 salariés + 1 CAE
- 70 bénévoles
- 140 bénévoles en période du festival « ***Caravane des Cinémas d'Afrique »***

L'identité du cinéma J. Mourguet

Cinéma associatif Loi 1901

✓ **Convivialité** :
. Accueil personnalisé par les bénévoles et les salariés
. Hall et espace d'accueil

✓ **Proximité** :
. Un cinéma proche des gens : 25 % viennent à pied
. Un cinéma qui rapproche : 50 débats ou présentation par an.

✓ **Qualité** :
. Label Art et Essai, Jeune Public, Patrimoine
. Sélection plébiscitée par les spectateurs

✓ **Diversité** :
. Accueil public en grande difficulté
. Accueil public avec handicaps sensoriels

- ***Le travail des bénévoles***

Une autre particularité des cinémas de proximité est de travailler essentiellement avec des bénévoles. La plus value sociale du cinéma Jeanne Mourguet par exemple, avec 70 bénévoles, est forte. Le statut associatif permet de se faire aider de bénévoles. Sans cela le cinéma n'aurait pas les moyens de proposer une telle programmation et autant d'animation à un tarif intéressant comme l'a expliqué M. Rocher, Président de l'association du cinéma Jeanne Mourguet à Sainte Foy les Lyon[24].
.
Pour arriver à ce grand nombre de soutiens, il a fallu attirer des personnes qui ont la passion du cinéma et la fibre associative. Le succès a été au rendez-vous si bien qu'aujourd'hui il existe même une liste d'attente.

Dans ce cinéma, le statut de bénévole donne accès aux films et au bout de 6 mois, ils peuvent venir avec une personne. Le bénévole doit pouvoir amener quelque chose au cinéma, même s'il est parfois difficile à gérer.

[24] M. Rocher, président du cinéma Mourguet ; auditionné au CESER le 5 février 2015.

Le fait d'avoir beaucoup de bénévoles non rémunérés peut être justifié par la singularité du cinéma de proximité qui ne s'inscrit pas dans une seule doctrine économique. Mais la bonne gestion financière est primordiale. Il faut donc être réactif, dynamique et créatif pour continuer d'exister avec un esprit de solidarité dans un système concurrentiel.

Quelques principes fondamentaux pour la survie des cinémas de proximité

- Une mutualisation peut parfois être pertinente. Il peut être intéressant d'élaborer des outils permettant l'échange de bénévoles, de copies, de matériel…
- être **membre d'un groupement** pour avoir accès aux films ;
- avoir un **équipement moderne** compte tenu de l'obsolescence rapide des nouvelles technologies ;
- faire un travail avec le **tissu associatif local ;**
- développer des **spécificités différentes des multiplexes** : tarif – animation – accueil ;
- sélection de **films de « niche » ;**
- **accès aux médias** pour communiquer sur les débats et événements.

Là encore, des disparités existent selon les territoires. S'il est évident que les cinémas de proximité vivent aussi grâce aux bénévoles, cette dépendance peut leur être fatale. La problématique du bénévolat ne concerne toutefois pas que les cinémas, mais l'ensemble de la vie associative[25].

Le cinéma Mourguet présente une bonne santé financière et organisationnelle en cumulant plusieurs atouts, **du soutien de la commune, à une organisation très structurée, avec des commissions prospectives pour anticiper l'avenir, un grand vivier de bénévoles, de nombreuses actions de médiation culturelle, d'une inscription dans un réseau vivant, des liens forts avec les partenaires locaux comme les écoles ou les centres de loisirs et d'un président très actif et passionné**.

Malgré ces atouts, c'est un combat permanent pour continuer à exister.

Si ce cinéma semble avoir trouvé un certain équilibre dans un cercle vertueux, il est loin de représenter la réalité de la majeure partie des cinémas de proximité, notamment lorsqu'ils sont ruraux.

Entre les subventions et le travail fourni par le bénévolat, ce qui explique leur prix plus bas, les cinémas associatifs peuvent aussi être considérés comme exerçant une concurrence déloyale, **mais ils ne pratiquent pas exactement le même métier, avec des contraintes d'éducation populaire forte**.

Les cinémas de proximité souffrent aussi de l'accès des cinémas commerciaux sur le terrain de l'animation voire de la médiation culturelle avec de plus gros moyens financiers.
Il est alors intéressant de distinguer ce qui ressort de la médiation culturelle et non de la simple animation ou communication. La médiation culturelle ne doit pas être un concept fourre-tout.

[25] Voir la contribution du CESER sur la vie associative (rapport 2010_01 19/01/2010) et l'engagement citoyen (rapport 2013_11 11/06/2013).

La Salle l'Horloge à Meximieux, salle associative d'Art et Essai, carte d'identité

- 31700 entrées avec un mono écran pour une salle de 161 places.
- Le cinéma est logé à titre gratuit par la ville
- Subvention de fonctionnement de 1500 euros de la commune
- Subvention de 2500 euros de la communauté de communes
- Beaucoup de médiation culturelle et d'animations, type nuit du fantastique, animation avec les scolaires.
- Revenus du cinéma issus à 95% des entrées.

La nécessité du lien avec les collectivités nous a été rappelée par la responsable du cinéma l'Horloge à Meximieux[26]…

Les communes ont gardé la compétence culturelle, l'EPCI ne peut donc intervenir sur ce terrain.

Au-delà du soutien au cinéma, les structures locales ont besoin d'une politique culturelle forte, plus particulièrement sur la médiation culturelle. Il n'est pas toujours aisé de faire passer ce message, notamment dans des territoires ruraux au sein desquels les ressources humaines et financières sont restreintes.

- ***Le passage au numérique***

C'est un raz de marée dans le secteur du cinéma générant la disparition de certaines professions notamment celle de projectionniste. Toutefois cela reste une chance du point de vue du développement et de l'innovation. Les enjeux ont évolué : pour la sécurisation du stockage des données, de très haut débit, et de nouveaux usages engendrant de nouveaux métiers en lien avec l'informatique. La généralisation de la dématérialisation, en particulier pour la passation des films, est un enjeu qui inquiète les petites structures. En effet cela a complexifié les pratiques et augmenté les coûts. **Même si la Région Rhône-Alpes a beaucoup soutenu les salles pour qu'elles puissent s'équiper en numérique, les plus fragiles ont disparu, ne pouvant se permettre cet investissement**. En outre la nécessaire et complexe maintenance informatique est très coûteuse.
Les salles équipées pensaient que ces nouvelles technologies allaient simplifier leur métier, mais des difficultés non envisagées sont apparues :

C'est le cas par exemple d'un matériel avec une obsolescence rapide. Il faudra probablement le renouveler à l'horizon 2020, ce qui posera la question des subventions pour son renouvellement.

Les distributeurs devaient donner une contribution numérique avec les copies, mais les multiplexes ne leur demandent pas. En conséquence les distributeurs leur donnent les copies. Le numérique n'a donc pas généré un meilleur accès aux copies, comme pouvait le laisser penser cette technologie de distribution simple.

De nouveaux métiers sont apparus, comme le besoin d'un ingénieur pour gérer le système informatique, ce qui a un coût plus important que le projectionniste « à l'ancienne » par exemple.

Le système est énergivore. Les divers coûts de fonctionnement ont été multipliés par 4 avec le passage au numérique. Les petites salles ont des besoins d'aides pour compenser ces charges de fonctionnement accrues.

Le passage au numérique devrait permettre de diffuser plus facilement en milieu rural, nonobstant les coûts de fonctionnement et d'équipement importants.

Ces nouveaux usages doivent rester un atout et non une faiblesse.

[26] Mme Abgrall, cinéma l'Horloge, Meximieux, auditionnée le 10/03/2015 au CESER.

- ***Les réseaux***

Divers réseaux de salles de proximité existent sur le territoire de la Région Rhône-Alpes :

Lors de la journée d'études du CESER du 2 avril 2015, le président du GRAC nous a présenté son réseau : **www.grac.asso.fr**

Le GRAC est **une association de salles de cinéma de proximité classées Art et Essai ou ayant vocation à l'être**, situées en grande partie sur le Rhône, l'Ain et la Loire. Deux autres réseaux du même type existent en Rhône-Alpes : l'ACRIRA (qui réunit les salles de Savoie, Haute-Savoie et Isère) et Les Ecrans (celles de Drôme et Ardèche).

Sa mission est de répondre aux demandes des exploitants en termes de programmation d'Art et Essai (films d'actualité, répertoire et jeune public), **d'animation et d'information**.

Le GRAC fédère aujourd'hui **un réseau** de **65 établissements cinématographiques (+ 18 écrans mobiles) qui accueillent chaque année plus de 2.7 millions de spectateurs.**

L'association créée en 1982 **aide les salles à s'organiser collectivement** afin de bénéficier d'une meilleure représentation dans le paysage cinématographique, au niveau local, auprès des institutions ainsi qu'au niveau national, auprès des distributeurs et autres partenaires de l'exploitation. Un des objectifs principaux de l'association est de favoriser **la circulation des films d'auteurs et de participer à la formation des publics, notamment le jeune public (constitué par les enfants) et le public jeune (constitué essentiellement par les adolescents notamment les détenteurs de la carte M'ra).**

« Le but de l'association est aussi de favoriser la circulation des films d'auteurs, participer à la sensibilisation des publics, organiser des rencontres conviviales, des temps de réflexion et de formation entre professionnels, et de soutenir les actions de médiation culturelle. »

Gérard Martin, Président du GRAC

Les salles adhérentes au GRAC sont **des salles de proximité, la plupart, classées Art et Essai.** Elles offrent des programmations diversifiées : grand public, art et essai, recherche, jeune public, court-métrage, film du répertoire, documentaire... Ces salles ont pour vocation d'organiser **des rencontres conviviales** lors de festivals ou de soirées spéciales. Le GRAC accompagne dans cette optique les exploitants. Le GRAC favorise également la **fréquentation des salles de proximité par l'intermédiaire d'actions auprès des comités d'entreprise** (vente de chèques cinéma, soirées comités d'entreprise…).

- **Multiplexe/ salles de proximité/ distribution/ quelle cohabitation ?**

Après-guerre : 450 millions d'entrées, 130 millions d'entrées en 1990, et aujourd'hui environ 200 millions drainés notamment par la multiplication des multiplexes. Leur présence tout d'abord a conduit à enrayer la baisse permanente des spectateurs depuis l'après-guerre et ces dernières années à en augmenter le nombre. Mais le problème est que le nombre de salles augmente par la création de nouveaux multiplexes. En outre, l'offre de films est importante alors que seuls quelques-uns d'entre eux alimentent les entrées. Du côté de la demande, le nombre d'entrées ne croit plus. Dès lors, l'équilibre s'opère au détriment des salles de proximité.

- ***D'un point de vue économique***

C'est le distributeur qui décide du plan de sortie, qui détermine la stratégie pour donner au film le maximum de public. Ex : La famille Bélier : 300 copies.

La durée moyenne d'un film à l'affiche est de 4 semaines, mais elle est à peine d'une semaine pour les films qui ne marchent pas tout de suite. La carrière d'un film est donc précaire. Les copies sont souvent réparties en priorité sur les multiplexes où le nombre d'entrées est potentiellement le plus élevé, ce qui autorise l'espoir de gagner de l'argent le plus rapidement possible. Toutefois, certaines petites salles arrivent à obtenir sur quelques films des copies en première semaine et elles peuvent ensuite les donner de manière solidaire aux autres membres du réseau, sous réserve d'acceptation du distributeur (et le plus souvent avec contrepartie financière). **Ce système est cependant bien inégalitaire et il convient de rester vigilant pour que cela n'amène pas une disparition d'un trop grand nombre de salles de proximité**.

Le système de financement et de reversement des aides, type contribution numérique, apparaît comme peu transparent, fondé sur des accords officieux avec les multiplexes. Par ailleurs, fût-ce anecdotique, les petits cinémas payent les affiches, les bandes annonces… alors qu'elles sont gratuites dans les multiplexes. L'égalité entre les différents types de cinéma est loin d'être parfaite ce qui explique le regroupement des petites salles pour certaines actions. Le Président de l'association Jeanne Mourguet a ainsi expliqué que 8 cinémas du Grand Lyon se sont regroupés pour établir un rapport de force avec le distributeur parce que les petites salles souffrent de ne pas se faire entendre sans poids économique alors même qu'ils estiment être très engagés dans la médiation culturelle.

Il conviendrait d'établir un meilleur équilibre entre les multiplexes et les plus petits cinémas. Par exemple il faudrait que les distributeurs proposent une dégressivité du coût de la copie quand le film est proposé aux petites salles seulement en 4ème ou 5ème semaine, comme cela est aujourd'hui la règle pour un nombre important de films.

Les cinémas de proximité ne se contentent pas de s'organiser face aux distributeurs, ils développent leur propre spécificité. Pour les films du patrimoine par exemple (films qui ont 30 ans) le réseau GRAC organise une sélection de 8 à 10 films qui sont projetés dans chacune de ses salles.

- ***Du point de vue de la médiation culturelle***

La diversité de l'offre culturelle de divertissement, de loisirs et d'information s'est développée, générant une sorte de concurrence dans les loisirs. Alors pourquoi sortir au cinéma ?

Au-delà de la qualité technique, on va au cinéma parce qu'on fait confiance à la programmation de sa salle de cinéma pour nous proposer une œuvre intéressante. Mais on fréquente aussi le cinéma pour des raisons d'éducation et de transmission d'un savoir : apprendre par exemple à un enfant ou à un adolescent les codes de l'art cinématographique et ceux de la salle de cinéma… On peut aussi aller au cinéma pour être coupé du monde pendant 2 heures.

Les multiplexes répondent à un de spectateurs en quête parfois d'une consommation rapide d'un film « superstar » ou bien d'un effet de « bande » de jeunes qui pour être socialisés éprouvent le besoin de voir le même film (« les blockbusters ») pour en parler ensemble. Ces types de consommation peuvent parfois, mais pas toujours, s'opérer au détriment d'une approche plus culturelle.

Il faudrait distinguer ce qui relève de la médiation, de la communication ou de l'animation (ex : une soirée organisée en discothèque après un film relève plus de l'animation que de la médiation).
Pour faire de la médiation, il faut de la communication pour la faire connaître. Par exemple, en passant du temps avec une structure qui pourra faire le relais, ou créer des animations en commun, peut-être en ciblant des publics en particulier. **La communication doit être un outil au service de la médiation**.

La question se pose aussi pour la diffusion d'œuvres en VO. UGC, par exemple, programme la majeure partie de ses films en Version Originale, dans de belles salles de centre ville, ce qui peut venir concurrencer directement les salles de proximité.

Pour autant, le multiplexe doit continuer à diffuser une affiche diversifiée et ne pas laisser les films d'auteurs à la seule diffusion des salles d'Art et Essai. Ce pluralisme est important, et c'est **justement la médiation culturelle qui peut faire la différence**.

- ***Du point de vue du lien social et du tissu de proximité***

Les petites salles sont sur le créneau de la proximité du public, s'inscrivant dans une dynamique de vie du quartier ou de la petite ville ou village. Elles doivent se développer en lien avec **les transports en commun vis-à-vis desquels des partenariats sont à inventer ou à développer…**

La place du cinéma dans la vie de quartier est primordiale, en terme de lien social … Le cinéma doit s'inscrire dans la vie de quartier à travers des partenariats avec les commerçants ou les associations du quartier, le public devant pouvoir, avant ou après la toile, partager ce moment dans un esprit de **convivialité ou de connaissance. Le cinéma doit être au cœur d'un tissu de vie.**
Construire et gérer un cinéma ne génère pas des coûts insurmontables pour une commune. C'est une activité moins onéreuse qu'une piscine ou qu'un théâtre par exemple, alors que le cinéma touche tous les publics, quel que soit son âge.

Les cinémas de proximité voient arriver de plus en plus de demandes sur la petite enfance. Cette activité de médiation culturelle est une belle opportunité pour les petites salles, mais elle demande un effort logistique et financier important pour y répondre. Les cinémas de proximité permettent d'apporter au public ou aux institutions (école par exemple), un service approprié, voire personnalisé.

Les salles se sont rénovées en 20 ans, offrant une qualité parfois supérieure à celle des multiplexes.
Le problème vient aussi du déficit de notoriété auprès du public adolescent, encore réfractaire à se rendre dans la salle du quartier, avec des a priori non justifiés. La carte M'ra essaye de combler ces postures, mais alors que le jeune ne payera que 1 euro sa place, il préfère parfois ne pas utiliser cet avantage plutôt que de se rendre dans une salle de proximité.

Pour répondre à ce déficit d'image des salles de proximité auprès des jeunes, les outils de la médiation culturelle sont essentiels.

Le GRAC a proposé plusieurs programmes d'accompagnement à ses salles adhérentes. C'est le cas par exemple du système des ambassadeurs où les jeunes sont parties prenantes dans la programmation du cinéma, en échange, ils communiquent auprès de leurs amis. C'est un renouvellement perpétuel car les jeunes changent environ tous les 3 ans et leurs codes aussi…

Des actions en lien avec les missions locales sont aussi mises en place. **Il faut établir des passerelles avec les différents acteurs.**

Les petites exploitations doivent être dynamiques et sans cesse se renouveler pour survivre. Elles se sont beaucoup engagées ces dernières années dans la médiation culturelle, ce qui demande beaucoup de moyens financiers et d'implication humaine. **Une certaine mutualisation pour les cinémas de proximité semble indispensable pour qu'ils puissent survivre, face au rouleau compresseur de la distribution. En outre, un besoin de transparence, de dialogue, d'intermédiation entre les différents acteurs apparaît primordial**.

➢ ***Le cinéma et la médiation culturelle ont besoin de soutien public pour survivre, même si des questionnements sur l'adéquation de certaines aides aux besoins et sur leur difficulté d'accès subsistent.***

1.1.2 Les soutiens publics locaux

Au niveau national, créé par la loi du 25 octobre 1946, et réformé par l'ordonnance n°2009-901 du 24 juillet 2009 relative à la partie législative du code du cinéma et de l'image animée, le « Centre national du cinéma et de l'image animée » (CNC) est un établissement public administratif placé sous la tutelle du ministre chargé de la culture, avec à sa tête une présidente, Frédérique Bredin.
voir annexe n°2

Outre les aides étatiques via le CNC[27] et autres, le niveau local est très impliqué, que ce soit au niveau de l'Etat ou des collectivités. Si nous ne l'aborderons pas expressément, il ne faut pas occulter les aides des communes ou EPCI, qui peuvent être de différentes natures, par le biais de subventions, de mise à disposition de salles, de prise en charge des fluides…

- **La DRAC[28]**

L'Etat en région soutient la culture et plus particulièrement le cinéma à travers différents types d'aides et de structures.

Lorsque les communes ont gardé la compétence culturelle, l'EPCI ne peut intervenir sur ce terrain. Certes, cela permet d'éviter un certain enchevêtrement des compétences, mais cela peut être préjudiciable pour les cinémas de proximité, notamment ruraux, comme nous l'a expliqué la responsable du cinéma de Meximieux

En termes de territorialisation, l'agence pour le développement régional du cinéma achète les copies de films disponibles pour les distribuer en temps et en heure, en première diffusion dans les cinémas de proximité. Cela permet de mutualiser les coûts malgré les disparités territoriales.

Au niveau local, une politique de convention avec les collectivités territoriales est menée

Un dispositif important :

le 1 euro pour 2 euros : quand la Région apporte 2 euros, l'Etat doit mettre un euro. C'est un système incitatif qui permet une certaine pérennité.

Par exemple, la DRAC cofinance le cinéma à hauteur de 49 euros par habitant à Grenoble, 23 à St Etienne métropole, mais il est difficile de réguler le secteur face aux forces conservatrices, la correction territoriale est devenue très difficile à budget restreint, comme nous l'a expliqué
M. Jean-François Marguerin.

Le cinéma de Rumilly

Pour la création d'un nouveau complexe cinématographique, le conseil municipal a retenu la délégation de service public par affermage pour l'exploitation. Le coût global hors taxes du projet a été estimé à un peu plus de 4 millions d'euros (4 140 500 euros dont 3 209 000 de travaux). Pour mener à bien la construction, un plan de financement a été établi. La Ville de Rumilly engagera 1 400 000 euros en fonds propres. Un emprunt de 1 800 000 euros sera souscrit. Le solde proviendra de subventions, 150 000 euros de la Région, 36 000 euros de l'État au titre du soutien à l'industrie cinématographique, mais surtout 750 000 euros du Centre national du cinéma. Pour finaliser ce plan de financement, la Ville vient de présenter des demandes de subventions devant le Centre National du Cinéma (750 000 euros) et devant les instances régionales (150 000 euros).

Source Le Dauphiné du 22 janvier 2015

[27] Voir par exemple l'étude annuelle du CNC. L'étude de 2014 relève que "malgré un contexte économique difficile, la production cinématographique française reste dynamique avec 203 films produits en 2014 (-6 films), soit le même niveau qu'en 2010. Les tendances confirmant un phénomène de contraction économique mais aussi d'autorégulation du secteur. http://www.cnc.fr/web/fr/actualites/-/liste/18/6452373

[28] Audition de M. JF Marguerin, Directeur de la DRAC, le 6 mars 2014.

La DRAC s'appuye sur 3 vecteurs structurants pour participer à cette correction sur les territoires **: le réseau de lecture publique, la salle de cinéma, et le réseau des enseignements artistiques et écoles de musique.**

La DRAC aide à la formation, aux réseaux d'Art et Essai, à la diffusion, à l'éducation artistique (opération école ou collège au cinéma et "Passeurs d'images")[29], aux enseignements spécialisés (cinéma) en lycée.

- **La Région Rhône-Alpes**

La Région Rhône-Alpes a largement soutenu le cinéma pour le passage au numérique.

Elle peut soutenir aussi la construction de salles.

La Région aide les salles de cinéma qui ont des projets de médiation culturelle, pour toucher un public plus large et qui expérimente de nouvelles formes de médiation, comme nous l'a expliqué Mme Boudaoud, Vice-présidente à la culture et à la lutte contre les discriminations.[30]
Des partenariats publics privés peuvent aussi être montés, notamment pour le rachat de murs, de fonds de commerce…

L'intervention de la Région Rhône-Alpes est de différents types, dont notamment :

- ***Via la production***

Rhône-Alpes cinéma est très actif dans le paysage cinématographique. Rhône-Alpes cinéma a une commission de sélection qui juge sur le talent et la qualité des dossiers qui sont tous étudiés.
Quels critères pour le choix des films soutenus ?
Dans un premier temps, l'apport initial du producteur est déterminant. Pour le choix définitif, de nombreux critères comme la renommée du réalisateur, l'exploitation prévue et la qualité du projet … entrent en ligne de compte. La Région Rhône-Alpes souhaiterait participer aux commissions nationales.

- ***Le soutien à la pratique amateur***

La pratique amateur est un véritable enjeu. Elle est soutenue à travers l'aide apportée à certains festivals et aux actions de médiation culturelle. Elle est aussi soutenue par les politiques de la ville et de la vie associative.
Ex : le festival connexion, qui est un réseau de festivals en région pour former les professionnels, les bénévoles…
Le court métrage est aussi un moyen de favoriser le passage de l'amateurisme au professionnel, c'est une véritable passerelle.

- ***Via la formation***

La FEMIS, pour nourrir un certain type de cinéma français, forme les réalisateurs. Mais il n'existe pas d'école de métiers de la production, les producteurs viennent souvent des écoles de commerce…
La Cartoucherie héberge la Poudrière[31], une école de formation pour 20 étudiants sur 2 ans, avec des droits d'inscription de 1500 euros. C'est une école privée subventionnée qui prépare à la réalisation de films d'animation. 75% de financement public. C'est une école à temps plein pour se perfectionner, pour des étudiants qui ont déjà de l'expérience. Les élèves sont plongés dans une ambiance internationale, pour une formation de haut niveau.
Mais en termes de formation, l'enjeu est le cinéma et non la technique.

[29] Voir Partie 2.2.1

[30] Mme Boudaoud, Vice-présidente à la culture au Conseil régional Rhône-Alpes auditionnée au CESER le 6/02/2014.

[31] Visitée lors de la journée d'études du CESER le 2 octobre 2014.

De plus, la Région Rhône-Alpes a remarqué[32] que de nombreux jeunes des territoires et issus de la diversité voulaient s'inscrire dans une dynamique d'acteurs, de réalisateurs. Cette richesse doit pouvoir se traduire au cinéma et dans les métiers du cinéma pour aussi sortir d'une certaine homogénéité des scénarios. Il existe d'ailleurs peu d'écoles de cinéma en France, encore moins d'écoles accessibles en terme de financement et donc plutôt pour un public privilégié.

La volonté est aussi de renforcer le pôle Pixel autour de l'identité du cinéma et du volet formation. L'idée affichée est que les jeunes issus de la diversité pourront apporter au cinéma son futur et son renouvellement.

La DRAC soutient aussi la création d'une école de cinéma ouvert à une diversité d'élèves en terme sociologique. Pour la rentrée 2015, la CinéFabrique va donc ouvrir ses portes à Lyon. L'école publique parrainée par Abderrahmane Sissako, le réalisateur de Timbuktu, souhaite favoriser la diversité. "*Il existe une forte présence du cinéma à Lyon, avec une pépinière de talents*" rappelle **Claude Mouriéras**, directeur de la CinéFabrique, qui accueillera les jeunes de 18 à 25 ans, bacheliers ou non. Les frais de scolarité seront calqués sur ceux du monde universitaire. Pour assurer le financement de son budget, la CinéFabrique[33] peut notamment compter sur la contribution de la Région, et du Centre national du cinéma.

C'est aussi la seule école à proposer la dernière année de formation en alternance afin de professionnaliser l'étudiant, après une première année de tronc commun et une deuxième année de spécialisation. Un partenariat avec l'Université de Lyon 2 pourrait aboutir à un statut de diplôme d'Etat.

L'aide à la formation permet d'amener aux métiers du cinéma, pour un cinéma diversifié et attractif. Peu d'écoles existent, semblant souvent inaccessibles. **Un schéma des formations culturelles en Région Rhône-Alpes pourrait être pertinent.**

- **<u>Le parcours d'un producteur</u>**

Théophile Champaloux[34] explique que produire un film, c'est une gestion de projets complexe, avec beaucoup d'étapes, qui s'inscrit dans l'exception culturelle française…

- ***Les courts métrages***

Le Court métrage est la carte de visite pour un réalisateur ou un producteur. Une société de production qui a monté beaucoup de projets recevra ensuite des aides quasi automatiques pour un nouveau court métrage.

Un court métrage se met en place en un an, avec un impact positif sur l'économie locale.
Le Centre National du cinéma (CNC), premier interlocuteur, soutient un grand nombre d'œuvres françaises. Il apporte des aides à la production. Les aides locales n'interviennent que si celles du Centre National du cinéma ont été acquises. Les aides régionales sans CNC sont peu probables. Quelques producteurs ont recours au crowdfunding, qui est une plateforme de fonds monétaires participative. Face aux difficultés du financement classique, ce modèle tend à se développer, même s'il n'est un succès que pour très peu d'entre eux.

Puis viennent les étapes de la réalisation, du tournage, de la post production, du mixage, enfin de la diffusion, souvent en festival. Parfois les télévisions rachètent des courts métrages sans toujours les diffuser.
Le coût total d'un court métrage est d'environ de 50 000 à 120 000 euros pour 15 minutes de film avec des salaires très élevés du fait de la prise en charge de la précarité des salariés du secteur. Il y a environ 30 personnes sur un court métrage.

[32] Selon Mme Boudaoud ; Vice-présidente à la culture au Conseil régional Rhône-Alpes auditionnée au CESER le 6/02/2014.

[33] http://www.cinefabrique.fr/

[34] T. Champaloux, jeune producteur auditionné au CESER le 6 novembre 2014.

- ***Les longs métrages***

Ce sont les mêmes étapes, avec des délais plus longs et des mises de fonds plus importantes.
Dès lors, les coproductions se multiplient. C'est le cas par exemple de Rhône-Alpes Cinéma, qui soutient des projets mais n'en propose pas en propre.

La recherche d'un diffuseur est difficile pour la majorité des longs métrages, alors que c'est l'organisme qui va le plus soutenir le film. Il s'occupera de la communication, de la diffusion.
Les banques ont créé des SOFICA, sociétés d'investissement en direction du cinéma ; ouverture d'actions pour le film auprès d'investisseurs divers.

Les Sociétés de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel (SOFICA) constituent des sociétés d'investissement destinées à la collecte de fonds privés consacrés au financement de la production cinématographique et audiovisuelle de films français.

Le but premier des SOFICA est de favoriser le financement de la production indépendante. Les intervenants des SOFICA sont :

- Les particuliers : car pour les souscripteurs l'investissement en SOFICA offre une réduction d'impôt et pour bénéficier de cet avantage fiscal, le souscripteur s'engage à conserver ses titres pendant au moins 8 ans à compter de la date de leur acquisition. L'engagement est de 5 ans pour les SOFICA non garanties.
- Le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) : il assure le pilotage du dispositif en liaison avec la DGFIP, et réforme les SOFICA afin de renforcer l'efficacité du dispositif essentiel au financement de la production.
- La Direction Générale des Finances Publiques (DGFIP) : elle est chargée de préparer les décisions d'agrément des SOFICA prises chaque année par le ministre du budget.

Historique des SOFICA

Les SOFICA ont été créées par la loi 85-695 du 11 juillet 1985. L'objectif du législateur était de mettre en place un nouveau moyen pour encourager le financement des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, moyennant un avantage fiscal.

L'initiative de la création des SOFICA découle de l'essoufflement de la production de films dans les années 80. Cela se justifiant par la forte concurrence des productions étrangères, mais également à cause de la baisse de fréquentation des salles de cinéma due à l'arrivée et à la privatisation de nouvelles chaînes de télévision telle que Canal +. A la même époque de nouveaux modes de diffusions apparaissent (la vidéo) et accélèrent cet essoufflement. Cependant, à la fin des années 90, la production cinématographique a été relancée en partie grâce aux investissements de Canal + et par la création de TPS en 1996.
Depuis 1987, le nombre de films financés en partie par les SOFICA varie. L'investissement moyen par film est considéré autour de 500 000 euros. Les SOFICA sont capables d'investir jusqu'à 63 millions d'euros par an, de manière stable depuis au moins 3 ans.
Aujourd'hui, les SOFICA constituent un instrument essentiel au financement de la production cinématographique et audiovisuelle et constituent un enjeu majeur pour la pérennité et la diversité de la production française et européenne.

Cependant, on peut se poser la question de l'avenir des SOFICA, pour lesquelles l'investissement est de plus en plus difficile à trouver, et la rentabilité de plus en plus rare à générer.

Heureusement, certains films sortent de l'ombre grâce à des succès internationaux qui "sauvent" la valeur des titres SOFICA.

En région Rhône-Alpes, il existe peu de sociétés de production de fiction. On trouve beaucoup plus de sociétés spécialisées dans les films d'animation, les documentaires ou les films d'entreprises.

En province, peu de productions s'attèlent à la fiction du fait de la centralisation parisienne. De fait, peu de projets produits en Rhône-Alpes reçoivent de subventions. Ce sont des productions parisiennes qui viennent tourner en dans la région et qui reçoivent toutes les subventions nationales et locales.
C'est une affaire de réseau, dans une industrie fermée, si bien que les jeunes producteurs locaux ont des difficultés pour se faire financer.

Le bénévolat est une obligation pour entrer dans le métier, cela est devenu un lieu commun, une sorte de passage obligé. Beaucoup d'intermittents sont bénévoles pour espérer plus tard être payés pour leur travail.
Les productions finissent par se faire sans financement. Pour en obtenir plus tard, il faut quand même faire le film avec les moyens du bord. Les personnes qui travaillent sur le film ne sont pas payées, ce qui est un réel problème.

Quelle dynamique mettre en place ?

Beaucoup d'acteurs souhaiteraient rester en Région Rhône-Alpes, la production se développant majoritairement en région parisienne.

A travers nos auditions, un débat est apparu sur les modalités de subventionnement : certains voudraient une présence plus forte auprès des acteurs locaux de la profession. D'autre, considèrent que le talent n'est pas lié à un territoire, il leur apparaît dès lors qu'il n'est pas gênant de soutenir des projets étrangers à la région, mais qui nourrissent l'économie régionale.

Il ressort des débats qu'il faudrait faire cohabiter les deux positions le soutien aux productions tournées en Région Rhône-Alpes, et le soutien aux acteurs locaux, avec une communication et un accompagnement plus ajustés pour les jeunes producteurs qui ne font pas « encore » partie d'un réseau d'initiés. Le cinéma est un vecteur d'emploi et d'activité économique.

Coût d'un film
Entre 2 millions et 20 millions d'euros pour la production de films français. Aux Etats-Unis : entre 40 et 400 millions d'euros.

➢ ***Soutenir, moderniser et former sont des éléments essentiels à la survie du cinéma. Mais pour que le film soit vu en salle, il faut qu'il soit abordable financièrement et adapté aux envies des publics.***

En lumière pour une production et une diffusion diversifiées, de qualité et de proximité

Pour des petites salles de projection soutenues, notamment pour leurs actions de médiation culturelle, au cœur du tissu social, associatif et économique de la collectivité, dans une complémentarité avec l'activité des multiplexes.

✓ Autour des aides financières pour la production

. Amplifier les orientations des politiques publiques d'aides vers l'accompagnement, le soutien financier et logistique, la simplification des dossiers, le lien entre information et action.

. Développer des dispositifs pour les nouveaux producteurs afin de mieux les accompagner, les dispositifs existants soutiennent plus les producteurs reconnus.

. Créer un guichet unique pour les aides et alléger les dossiers chronophages et difficiles à monter.

. Continuer à soutenir la filière animation, fleuron de la production rhônalpine.

✓ Autour de la formation et de l'emploi

. Articuler bénévolat et emploi salarié

. Soutenir des nouveaux métiers : celui de médiateur culturel ou encore de programmateur, informaticien-projectionniste, pour que le secteur ne fasse pas appel seulement à des apprentis, étudiants ou bénévoles, en pérennisant et créant des postes.

✓ Autour des bénévoles

. Faciliter la coopération de « bénévoles mobiles » pour les petites salles de projection en encourageant la mutualisation des compétences et les partenariats entre les structures.

✓ Autour du coût des nouvelles technologies

. Alléger le système de distribution des copies : une petite salle de projection devrait pouvoir bénéficier d'un film grand public dès la première semaine de sortie. Les contraintes techniques ne justifient plus cette régulation du nombre des copies. Les petites salles de projection n'étant pas une réelle concurrence pour les multiplexes, pourquoi ne pas tirer plus de copies et leur permettre un accès privilégié sans pour autant que ce soit au détriment des multiplexes ? La dématérialisation devrait le favoriser. En l'espèce, le volet culturel devrait l'emporter sur le volet économique, les conséquences financières n'étant probablement pas très importantes pour les grands groupes mais une question de survie pour les petites salles qui s'inscrivent dans une démarche sociale et culturelle.

. Il pourrait être envisagé la mise en place d'une structure institutionnalisée de développement (type groupement d'achat) en région, pour le cinéma, afin d'aider les petites salles de diffusion à obtenir des films, sur le modèle de petites expériences locales en vigueur.

. Maintenir l'accompagnement sur le renouvellement du matériel numérique, suivre les mutations technologiques, notamment pour les salles qui font des actions de médiation culturelle, pour contrer l'obsolescence rapide de ce matériel.

✓ Autour des familles

. Proposer un équivalent de l'avantage cinéma de la carte M'RA aux écoliers et collégiens : les cinémas de proximité souffrent d'un déficit d'image auprès des jeunes. Leur donner des incitations pour aller dans ces cinémas de quartier avec leur famille dès le plus jeune âge pourrait aider à redorer l'image des cinémas de proximité.

1.2 Un environnement festif et attractif pour une diffusion diversifiée, de qualité et à prix abordable

Il faut arriver à penser au cinéma comme une sortie agréable qui va plus loin que le simple fait d'aller voir un film. Au-delà et autour du film, les festivals ou d'autres types de manifestations sont de bons médiateurs pour le cinéma.

1.2.1 Le film et autour du film

Pour que les salles existent, il faut avant tout un film si possible de bonne qualité, même si c'est une notion bien subjective. Il s'agit donc de cultiver la diversité des cinéphiles et de promouvoir la culture de la sortie.
Pour intégrer ces enjeux, il pourrait être intéressant que les financeurs publics proposent aux responsables de salles **une formation** à l'accompagnement, à la programmation, à l'organisation d'évènements, ainsi qu'aux logiciels et à la technique.
Le métier de gestionnaire de salle relève d'un véritable rôle de médiateur culturel.
Peu de formations existent en ce domaine.

Les publics évoluent, le cinéma, tout comme la culture, se sont démocratisés. Finalement, il n'existe pas un, mais des publics.

- **Quel film pour quel public ?**

Démocratisation de la culture et démocratie culturelle doivent être distinguées pour mieux comprendre les enjeux du lien entre public et cinéma[35] et médiation culturelle.

- ***Démocratisation de la culture et/ou démocratie culturelle ?***

La démocratisation de la culture

C'est un effort à mettre en place pour que chaque individu dans la Société soit sur un pied d'égalité et qu'il ait les mêmes chances pour réussir sa vie, en donnant à tous la qualité, l'excellence et l'éducation… C'était l'objectif d'André Malraux, ministre de la culture d'amener tous les Français aux grandes œuvres.

La démocratisation culturelle se conçoit sur un axe vertical : on amène l'excellence à l'ensemble des Français.

La démocratie culturelle

Toutes les expressions, artistiques et culturelles, sont égales en droit. Chacune a le même droit de cité. Il faut favoriser un espace dans lequel tous les individus peuvent partager leur art, leur culture et permettre à tous d'exprimer les formes culturelles qu'ils ont envie de porter.

Chaque forme artistique est égale à l'autre, dans une relation horizontale.

Les objectifs sont donc différents, mais l'évolution de la politique culturelle a généré un brouillage entre les deux objectifs menés de front, notamment sous J. Lang, ministre de la Culture, comme l'a expliqué T. Legon[36].

[35] C'est une distinction qui nous a été proposée par T. LEGON, sociologue, lors de son audition au CESER le 04/12/2014

Beaucoup d'actions culturelles cherchent finalement à reconnaitre une forme de qualité et amener ce qui est bien à un maximum de personnes dans une démarche de démocratisation de la culture. Ex : lycéens au cinéma, avantage cinéma carte M'ra pour les salles indépendantes. Alors que dans une démarche de démocratie culturelle, ce serait la gratuité pour toutes les salles.

« C'est donc un objectif de démocratisation de la culture et non de démocratie culturelle »

Thomas LEGON

- ***La diversité des goûts***

Les directeurs de cinéma devraient avoir des réflexes de « sociologue » pour comprendre comment le territoire est partagé socialement et culturellement, d'après JP. Esquenazi, sociologue[37]. **Il est pertinent d'examiner le tissu culturel et associatif d'un endroit et d'en tenir compte pour la programmation cinématographique.**
Si les diffuseurs veulent diffuser partout, l'exploitant doit tenir compte du lieu où il se trouve et de la diversité sociale à laquelle il est confronté. L'intérêt des uns et des autres n'est pas toujours similaire.

D'après une enquête du ministère de la culture de 2006, sur les ¾ des couples qui vont au cinéma, ½ n'a pas envie d'aller voir le film choisi par l'un des membres du couple.
Les films qui marchent actuellement sont ceux qui reflètent une certaine diversité sociale du pays, une altérité (type « Intouchables » ou « les Cht'is »).
Selon JP Esquenazi, il existe une cassure entre le cinéma dit d'auteur et le cinéma de divertissement, corroborée par les critiques qui n'aiment pas forcément les succès quantitatifs. Toutefois, il est important de reconnaître l'existence de plusieurs types de cinéphilie.

Chaque public a ses propres arguments tous aussi pertinents.

Cinéma et sociologie

La diversité sociale est mal représentée dans l'espace public.
On parle de pratiques culturelles qui ont droit de cité, relativement à tout ce qui n'est pas gratuit, ni en lien avec la famille ou le travail. La diversité de pratique culturelle est grande (ex : modélisme…), or la culture en France est la plupart du temps assimilée à l'artistique.
Au niveau des pratiques, les moyennes ne veulent plus dire grand-chose. Face à la diversité des comportements, tout se joue sur les écarts. Il n'y a plus vraiment de profils culturels types. Ex : aimer les musées et les matchs de foot, l'art moderne et les séries TV à l'eau de rose (exemples tirés des enquêtes réalisées par M. Esquenazi).
Les contextes sont différents dans des vies séparées, avec des contextes éducatifs, affectifs et sociaux pluriels. Chacun est divers dans ses pratiques qui peuvent être opposées. On n'aime pas les films pour les mêmes raisons.
Les temporalités sont différentes entre les uns et les autres avec un morcellement du territoire culturel.

[36] *Op.cit.*

[37] Op. Cit.

La différence de goût reste marquée entre les filles et les garçons, les hommes et les femmes. Les études sociologiques montrent que plus on s'élève dans les catégories socio-professionnelles, plus la tolérance du goût de l'autre est grande. C'est par l'éducation que les mentalités changent. Le cinéma peut y contribuer par le biais de l'éducation par l'image.

Pour pallier ces différences de goûts, les auteurs essayent de faire des œuvres pour les couples, alliant les genres. Aujourd'hui, le cloisonnement des goûts proposé selon Bourdieu, par exemple, ne reflète plus la réalité. Chacun s'inscrit dans plusieurs vies, dans un choix multicarte selon les moments de sa vie.

Chaque public va regarder des films avec des critères différents.

Il y a ainsi des cinéphilies avec pour chacune un esthétisme et une diversité des goûts, des genres, des critères de valeur…

Exemple : enquête auprès de jeunes d'un lycée de Vénissieux pour une étude sur le goût : les garçons préfèrent les films de combats réalistes (ils veulent voir les coups donnés) avec une appréciation sur la qualité du combat selon son découpage ou les effets spéciaux qu'ils jugent grossiers. En poussant le raisonnement, c'est finalement comme une critique d'A. Bazin[1] sur le cinéma néoréaliste qui prône l'absence de montage, les plans longs pour rendre la réalité où le cinéma est l'art de la réalité sans trucage. Le réalisme est donc acceptable en tant que théorie du cinéma.

[1] André Bazin (18 avril 1918 Angers – 11 novembre1958, Nogent sur Marne) est un critique français de cinéma. Il est l'un des fondateurs des Cahiers du cinéma et a exercé une grande influence sur l'ensemble de la critique française et plus particulièrement sur les réalisateurs de la nouvelle vague, François Truffaut, Eric Rohmer, Jean-Luc Godard, Claude Chabrol, et Jacques Rivette

Pour certains, le cinéma est une forme d'hypnose avec un travail de l'inconscient sur une autre réalité. Selon JP. Esquenazi[38], chacun comprend un film à sa manière. En regardant un film, on est très concentré, c'est une occupation prenante en terme de pensée.

La réalité peut être donnée par bien des façons, notamment par l'imagination symbolique (romans, contes de fées). Les films rentrent par l'imaginaire mais renvoient à la réalité de chacun pour toucher le spectateur.

Exemple : Starwars 3 sortes de public :
- Les plus de 40 ans qui avaient vu les premiers films et qui vont vérifier la cohérence, les liens entre les anciens films et les nouveaux.
- Un public qui découvre les films et qui va être attiré par les effets spéciaux.
- Un public de cinéphiles fans de G. Lucas et de son approche sociologique.

Exemple : le film Avatar, malgré les hommes bleus… chacun peut se retrouver à travers les sentiments, les relations humaines…

Il existe un parallèle entre le monde imaginaire et le monde de la réalité de chacun qui permet de déterminer le degré de pertinence de l'œuvre diffusée (série ou film).

La vie réelle et concrète se croise avec la vie symbolique, avec une organisation de la vie sociale et l'établissement de codes. La vie imaginaire est le moment des projets et des fantasmes. La réalité peut être l'intersection entre le réel, l'imaginaire et le symbolique, comme l'a expliqué JP. Esquenazi.

Tout en tenant compte de la diversité des goûts, il est important d'accompagner le cinéma indépendant sans perdre de vue le volet économique ; les gros succès commerciaux alimentent le cinéma indépendant à travers le système de la redistribution des ressources. Le cinéma indépendant est largement porté par les salles de proximité. C'est un équilibre à trouver entre les films d'auteur et les films commerciaux. L'objectif est de faire vivre chaque film le plus longtemps possible. Il faut trouver un équilibre entre le succès, la critique et le public.

Exemple : la série Dallas a fait l'objet d'une étude par des intellectuelles hollandaises : les femmes ont été passionnées par les histoires de pétroliers texans à travers le prisme des femmes et leurs rapports avec l'environnement masculin, qui peut être rapporté à la vie de chacun.

[38] Tous les exemples ont été apportés par JP Esquenazi

- ***Les jeunes et le cinéma***

Chacun s'accorde à dire que pour faire vivre le cinéma demain, s'intéresser particulièrement aux pratiques et aux goûts des jeunes semble essentiel, comme nous l'a montré T. LEGON. Le cinéma est impacté par un effet d'âge[39].

Le fait d'être jeune favorise la consommation de films, quelles que soient les époques. Les jeunes (15-24) voient plus de films que les autres.

La pratique du cinéma s'effondre un peu moins avec l'âge que par le passé.

Voir par exemple l'enquête INSEE[40]

Pour les dernières générations, l'entrée dans l'ère numérique permet d'avoir accès plus facilement à l'ensemble du catalogue, gratuitement et sans se déplacer. **Pourtant, c'est la loi du cumul qui est observée : plus on a une pratique intense dans un domaine, plus on regarde de films à la télévision, plus on va au cinéma, plus on télécharge**… Le cumul du film se fait sous toutes ses formes. C'est ce que confirme le sondage commandé aux étudiants de Lyon 2.

L'entrée dans l'ère numérique a augmenté le volume de films vus, que ce soit sur un ordinateur, la TV ou au cinéma. Avec une multiplicité d'écrans, c'est autant de contextes différents pour déployer l'expérience d'un film. Mais ce ne sont pas les mêmes films choisis selon l'écran et les jeunes ne s'attendent pas aux mêmes émotions. **C'est pourquoi un écran n'en remplace pas un autre**. L'écran de cinéma représente une expérience qui n'a pas d'équivalent avec les autres écrans et réciproquement.

Exemple : le streaming (envoi de contenu en direct) dans sa chambre permet de connaitre un film que l'on n'a pas envie d'aller voir au cinéma mais que l'on est quand même curieux de connaître en tant que « nourriture sociale » par exemple.

Il faut s'intéresser au sens culturel que l'on donne au film pour comprendre ce qui peut faire une médiation réussie. Un écran est par lui-même une médiation.

Le fait d'appartenir à un même cycle de vie fait qu'il y a des effets sur les préférences et des rejets à l'intérieur d'une pratique. Par exemple, les jeunes, a priori, préfèrent les films américains, les comédies, les films d'action… mais moins les films français. Plus on vieillit, plus les tendances s'inversent[41] .

Le genre films d'auteur est plutôt fui par les ados, voire même les jeunes adultes. Les ados aiment aussi les films d'horreur ou la science fiction.
Les signaux de popularité (ex : vues Youtube de la bande annonce, commentaires sur les réseaux sociaux) sont des critères qui soulignent la qualité et le crédit porté à l'œuvre, dans la croyance de l'excellence démocratique.
Par conséquent, une campagne promotionnelle intense pour un film le fera probablement bénéficier d'une grande popularité.

Il faut aussi pouvoir parler du cinéma, qui est une pratique socialisante : les discussions avec les amis sont importantes.

On adopte les pratiques de son âge, particulièrement visibles au collège, où on a envie de montrer qu'on appartient à l'adolescence. Le cinéma est donc une pratique importante qui symbolise l'entrée dans l'adolescence, comme la musique. Il faut être au courant de ce qu'il se passe, de ce qui marche… si cela n'intéresse personne, c'est que ce n'est pas bien.

---

[39] Les développements qui suivent sont issus de l'audition de T. Legon, sociologue, auditionné au CESER le 4 décembre 2014.

[40] http://insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ES423A.pdf

[41] Voir annexe 7 sur ce que recherche un jeune spectateur lorsqu'il va voir un film.

Le sexe est aussi un critère, tout comme l'origine sociale, dans le choix des appétences.
La pratique culturelle passe beaucoup par la mère. C'est elle qui transmet le capital culturel en lien avec sa CSP (Catégorie Socio-Professionnelle). Le niveau de diplôme est un autre indicateur qui donne aussi des éléments sur le capital culturel.

Si on est une fille, diplômée, on choisit des éléments en lien avec la qualité technique et esthétique du film ; si on est un garçon non diplômé venant d'un milieu populaire, les critères du bon film sont remplis par une fonction différente comme faire rire.
Les jeunes ne sont pas un bloc homogène pour établir les critères de la qualité d'un film.

On peut distinguer la médiation explicite - exercée par des professionnels - dont le rôle d'assurer le lien entre l'œuvre et le public, d'autres types de médiation ; une médiation implicite, comme par exemple la promotion autour d'un film. Ou encore, quand un ami parle d'un film, il fait aussi de la médiation, à côté des médiateurs officiels (T. LEGON).

Les discours tenus en direction des jeunes peuvent être contradictoires avec leur ressenti : des dispositifs comme « lycéens au cinéma » portent l'idée qu'une expérience réussie au cinéma est d'ordre esthétique, ce qui détourne le jeune de sa sensibilité vis-à-vis du film (faire rire, faire pleurer, faire peur…) pour le porter uniquement sur la forme et l'esthétique du film en lui-même.

Cette forme de médiation ne sera efficace que pour des gens dotés du code, qui savent reconnaitre une qualité artistique et la transmettre aux ignorants, dans une relation verticale… (T. LEGON).
Il existe un arbitraire culturel dans le choix de l'offre, qui n'est pas expliqué aux ados. Il ne s'agit pas d'apprendre à aimer le film mais d'apprendre quelque chose du film**. Cela génère un malentendu socio cognitif sur l'objectif même de la médiation. Le dispositif conduit à l'éducation par l'image et non pas à l'image, ce qui est dommage.**

Il est difficile de faire venir le public jeune dans les cinémas de proximité, face au matraquage des « blockbusters » (films à gros budget qui remportent un succès important). A Sainte Foy les Lyon, le club des ambassadeurs du cinéma Mourguet permet de garder le lien avec les jeunes autour de l'organisation de leur séance. Les jeunes choisissent un film puis restent pour terminer la soirée ensemble, avec de la musique…

- **<u>Quel prix pour quel public ?</u>**

Le coût d'une sortie cinéma ne devrait pas être un élément rédhibitoire. C'est pourtant le premier frein à l'accès au cinéma, tel qu'il ressort de l'analyse du sondage effectué par les étudiants de Lyon 2.
Mais le prix d'une place de cinéma reste élevé (notamment dans les multiplexes).

Une tarification à la carte pourrait être envisagée, en fonction de ses revenus, de son âge mais aussi de la programmation, par exemple, en remettant à l'affiche des films du patrimoine à des prix attractifs.

Le succès des tarifs promotionnels comme la Fête du cinéma montre que le prix est bien déterminant. Pour autant, ce n'est pas le seul élément à prendre en considération. Le cinéma est largement concurrencé par d'autres choix culturels possibles : télévision, livre, matchs de sport, opéra, danse, concert… cela revient donc aussi aux priorités que se donnent la famille ou la personne.

Des mesures tarifaires existent déjà mais ne semblent pas suffisantes.

- ***Les jeunes***

Les exploitants proposent des tarifs préférentiels pour les moins de 14 ans (4 euros). Ce coût de 4 euros devrait être reconduit. C'est le cas des CGR par exemple qui propose un tarif de 4,50 € pour les moins de 16 ans.

C'est une politique favorable pour les familles. Cependant, les salles de proximité, qui proposent des tarifs inférieurs à ceux des multiplexes, redoutent de perdre complètement le public jeune qu'elles ont du mal à attirer.

La carte M'ra continue à permettre aux jeunes rhônalpins l'accès aux salles de proximité (5 places par an à un euro chacune, pour 400 000 jeunes concernés dont 107300 utilisateurs). Le fait de demander une participation de 1 euro permet une contribution citoyenne et évite potentiellement les incivilités dans les salles.
En Région Rhône-Alpes, la carte M'ra permet donc aux jeunes d'aller voir des films à moindre coût dans les salles de proximité, malgré leur réserve par rapport aux salles d'Art et Essai.

Cependant, il faut se poser la question de la finalité de cette aide ? **Est-ce seulement pour que le jeune puisse aller au cinéma, ou est-ce aussi pour soutenir les salles de proximité ?** En effet, certains jeunes n'utilisent pas l'avantage car la carte n'est pas valable dans les multiplexes.
Pour autant, les responsables des cinémas de proximité auditionnés ne souhaitent pas l'extension de la carte M'ra aux multiplexes, ce qui signerait à leurs yeux la fin de leurs salles.

Il faut cependant s'interroger sur la finalité de la Carte M'ra. Ne conviendrait-il pas de dissocier un dispositif de soutien aux salles de proximité, d'un autre qui permettrait aux jeunes de bénéficier de places de cinéma à tarif très avantageux ?

Les prix doivent prendre en considération différents critères : les moyens financiers du public, l'heure de projection dans la salle et le statut des personnes.
Le vrai déficit de public vient des jeunes parents, (30-40 ans). Ce n'est probablement pas qu'une question de moyens mais de temps disponible.

- ***Pour les salariés***

NB : Sur 10 euros la place, 4 euros vont à l'employeur

La CGT Rhône-Alpes et le laboratoire Triangle de l'Université Lyon 2 ont réalisé une étude sur les activités culturelles des comités d'entreprises. 70 comités d'entreprise ont été rencontrés au cours de la première année consacrée à un état des lieux : la majorité des CE organisent une billetterie de cinéma, pour la plupart d'entre eux, aucune distinction n'est faite entre multiplexes et cinémas indépendants. D'autres ont une relation privilégiée avec le cinéma de leur commune ou avec des réseaux comme l'ACRIRA ou avec les cinémas d'Art et Essai. Certains CE proposent des « coups de cœur », avec une forte réduction, pour des films qu'ils choisissent de promouvoir. Des comités d'entreprise de l'Isère sont à l'initiative du festival « Ecran Total » qui a réalisé sa 10ème édition en 2014. Par ailleurs, plusieurs CE de la région ont soutenu la réalisation de documentaires tels que « Cheminots » de Luc Joulé et Sébastien Jousse ou «Mémoires d'ouvriers » de Gilles Perret.

Si les réseaux type GRAC[42] arrivent à cibler les comités d'entreprise, c'est plus difficile pour les petits cinémas qui n'ont pas toujours le temps ou la capacité de s'intéresser aux CE. Un lien est à développer entre les deux, dans l'intérêt du public.

- ***Pour les familles***

Une famille, à partir de trois personnes, (dont un enfant de moins de 18ans), pourront bénéficier d'un tarif réduit pour l'ensemble des personnes si les personnes ont un lien familial, parents, grands-parents, cousins, nièces, etc. y compris les familles recomposées, si elle peut prouver le lien familial entre ces personnes ; les personnes qui bénéficient d'un tarif encore inférieur conservent le tarif auquel elles ont droit… et pourquoi ne pas envisager un pack famille alliant places de cinéma et des friandises ?

La personne détentrice d'une carte « famille nombreuse » pourrait aussi bénéficier d'un tarif réduit.

[42] La vente de billets à tarif préférentiel est une activité qui concerne près de 400 comités d'entreprise de la région.
Le GRAC propose aux comités d'entreprise un dispositif de vente de chèques cinémas à un tarif réduit valables dans certaines salles de cinéma de la Région adhérentes à cette association. Le chèque est valable un an à compter du mois d'achat. Une place gratuite est offerte pour 50 chèques achetés.

- ***Pour tous***

Au-delà des abonnements, des cartes multi entrées, il faut aussi réfléchir à un coût non rédhibitoire pour les personnes qui n'appartiennent à aucune des catégories citées.

Le travail sur le coût ne devrait pas concerner seulement le prix de l'entrée, mais également ce qui va autour comme le déplacement, les friandises, ou le verre après le film…

Des offres transports en commun/place de cinéma devraient être développées, ainsi que différents partenariats entre les acteurs locaux.

Le taux d'occupation des salles est en moyenne de 15%, des tarifs attractifs pourraient combler les places vides…

- **<u>La médiation autour du film …</u>**

Il peut être intéressant de faire de la salle de cinéma un lieu d'événement avec la captation des différents types de cinéphilies.
La cinéphilie du public jeune offre des possibilités pertinentes autour du divertissement. Il faut élargir le spectacle cinématographique, avec par exemple un orchestre en direct…
Tout ce que l'on peut trouver autour du cinéma comme un restaurant, un bar, des jeux… peut faire partie de la sortie cinéma. C'est bien lorsque les locaux le permettent, mais ce n'est pas toujours le cas. Parfois, **il vaut mieux parfois créer une dynamique avec les acteurs locaux (restaurants, bars…).**
Les cinémas répondent à un besoin de sociabilité (« être ensemble »).

Chacun a besoin de vivre des expériences collectives. Le cinéma concourt au partage d'émotion, même de manière différée. C'est un facteur d'intégration sociale, d'échanges…

Il faut s'adapter aux nouvelles pratiques, ex : marchand de glaces au Pathé Vaise.

« Il faut savoir ne pas être de grandes usines mais avoir un supplément d'âme ».

T. ROCOURT, Directeur Pathé Lyon

Les Cinémas Gaumont et Pathé profitent des qualités acoustiques et du grand confort de leurs salles pour offrir aux mélomanes des retransmissions d'opéras ou de ballets filmés en direct de New-York ou de Moscou par exemple. Ces rendez-vous exceptionnels sont proposés dans l'ensemble du réseau et permettent au plus grand nombre d'assister à des événements culturels prestigieux.

Certains cinémas de proximité sont intéressés aussi par ce type de diffusion.

<u>Diverses animations sont ou pourraient être développées ou envisagées :</u>

Du goûter pour les enfants, à la conférence, en passant par une exposition autour du film, ou encore des avant-premières avec la présence du réalisateur et des acteurs …
Les outils de la médiation culturelle sont nombreux : diffusion de l'information, distribution du programme de manière généralisée, affichage, tracts, article de presse, annonce par des avants-programmes, baisse des tarifs, site Internet, blog, page facebook, newsletter, programmes papiers…

Tout cela est indispensable mais il ne faut pas occulter le fait que cela a un coût et demande des heures de travail… Cela peut être aussi des espace bar, espace de lecture, machine de jeux… il s'agit de créer des services plus, des cinémas goûters, dîner débats, ciné expo, …. Des animations clés en main peuvent être créées, jeux quizz, lots à gagner, des réflexions peuvent être menées aussi autour des livres adaptés au cinéma, des soirées ciné pizzas…comme l'explique la responsable de la salle de Meximieux.
Au niveau de la programmation, il faut aussi savoir être innovant : de nombreuses idées sont mises en place dans certains cinémas comme une journée herbe folle sur l'écologie, une séance films mystères, des séances coups de cœur… il est important de créer des évènements… pour permettre au cinéma de jouer son rôle de médiateur. Les animations permettent de faire venir des spectateurs.

Par exemple, le cinéma Mourguet à Sainte Foy les Lyon propose aux enfants de petits ateliers où l'on parle du film, de la bobine, du maquillage, de la perception du film, avec la possibilité d'une écriture de la suite du film…

Les salles de cinéma pourraient se donner encore plus de libertés en jouant sur des thématiques (ex : ciné club fantastique, ou horreur…) car les films ne sont pas à l'affiche très longtemps. **Il n'existe pas de « cinéma de rattrapage ».**

Même si les cinémas proposent un vaste choix d'actions de médiation culturelle autour du film, certains souffrent d'un manque de notoriété, de communication ou de relais dans la presse. Cela apparaît fortement dans le sondage commandé.

Des outils de communication telle une newsletter commune permettrait d'informer sur les différentes actions engagées.

Les nouvelles technologies devraient aussi pouvoir être un outil pour dynamiser la sortie au cinéma. Par exemple, des hologrammes intrigueraient le spectateur avant l'entrée dans la salle, ou encore des tablettes permettraient d'échanger sur les réseaux sociaux autour du film…

Les files d'attente peuvent apparaître comme une contrainte. Probablement que des applications Smartphone peuvent être développées pour faciliter l'achat du billet, tout en donnant des informations sur le film.

Enfin, même si cela a un coût certain, chaque salle devrait être de dernière génération, avec un écran suffisamment grand, une image et un son de qualité, un siège confortable… C'est d'ailleurs ce qui ressort de l'enquête, commandée aux étudiants.

Pour aller plus loin, probablement que la salle de cinéma de demain devra être 5D…

Historiquement les salles d'Arts et Essai, étaient les seules à faire de la médiation culturelle, mais les multiplexes ne se contentent plus désormais d'être des supermarchés du cinéma à toute heure avec une offre de films large comme le ressent la responsable du cinéma l'Horloge à Meximieux. Ils veulent aussi fidéliser leur public en créant des animations pour lesquelles ils mettent beaucoup de moyens avec des tarifs attractifs. C'est une concurrence rude pour les petits cinémas de proximité. Pour autant, ces derniers multiplient des initiatives souvent réussies. Les cinémas de proximité sont très créatifs en la matière, malgré leurs faibles ressources.

L'initiative « Tour des cinémas »

« L'année dernière, nous avons parcouru la France afin de découvrir ses cinémas et recueillir les initiatives innovantes. De la rencontre de cinéastes via Skype à la distribution de tickets solidaires, en passant par les films à emporter sur clé USB, c'est toute la richesse et l'inventivité des salles que nous avons voulu partager sur notre site web. L'aventure s'est achevée par l'écriture d'un livre Rêver les cinémas, demain, (aux éditions *Ateliers Henry Dougier*) ».
Il en est ressorti aussi une boite à idées des initiatives issues des salles visitées.

Source : http://tourdescinemas.fr/boite-a-idees/

Le cinéma est un lieu de lien social, de convivialité et de confort. Il apporte une valeur ajoutée par rapport au confort du chez soi…

➢ ***Le côté festif et attractif du cinéma peut s'entendre aussi à travers les festivals.***

1.2.2 Les festivals

La Région Rhône-Alpes bénéficie de nombreux festivals divers, urbains ou ruraux, sur des thématiques différentes.
Nous pouvons citer par exemple le festival du film d'animation du cinéma l'Horloge à Meximieux qui fournit un travail en commission pour le choix des films. Celle-ci est composée de bénévoles, de bibliothécaires… elle visionne des films et conduit une réflexion autour des ateliers pour les jeunes (mangas, déco, arts plastiques, concours de déguisement…) qui seront mis en place pour 20 séances. Cela participe à faire venir les gens pour voir le film.
La caravane d'Afrique, du cinéma de Sainte Foy Les Lyon, est aussi un festival qui compte.

L'un des festivals les plus emblématiques est le festival Lumière, réel outil de médiation culturelle.

- **<u>Les différents festivals du territoire</u>**

Ils sont nombreux[43]. Certains responsables de festivals évoquent un risque de « cannibalisation » entre les différentes offres. Leur réussite dépend en grande partie de l'implication de l'équipe organisatrice mais aussi du niveau des subventions. C'est un cocktail fragile à pérenniser.

- **<u>Le festival Lumière</u>**

Le festival est fédérateur de lien entre culture, économie et société, autour de 4 dimensions[44].

- ***Une dimension populaire***

L'idée est de monter une fête populaire à partir du cinéma, de créer aussi un lieu d'éducation, d'apprentissage et de lien social, à travers par exemple des débats avec le grand public autour des films, dans toute la région lyonnaise. Il s'agit de réunir un public large autour du cinéma classique, présenté par ceux qui font le cinéma d'aujourd'hui. **L'ambition est de pouvoir étendre les manifestations à toute la région Rhône-Alpes.** L'un des objectifs est d'essayer de faire naître l'envie d'aller dans les salles de cinéma, d'accéder à des films parfois oubliés du grand public. 135 000 festivaliers et 270 000 entrées ont été comptabilisés l'an dernier au cours du festival. L'objectif est de maintenir un prix bas (6 euros l'entrée) pour permettre à tous d'accéder aux films projetés.

- ***Une dimension territoriale***

. C'est un festival de territoire qui mobilise 33 salles de cinéma de la Métropole. Un travail a été mené pour créer du lien entre ces salles parfois concurrentes, pour arriver à un flux de public qui passe de salle en salle.

. Ce festival a un rayonnement national, voire même international. Beaucoup s'y rendent alors qu'ils ne vivent pas sur le territoire de la région, (20% du public n'est pas rhônalpin).

. De fait, un lien entre le local, le national et l'international nait grâce à ce festival.

[43] Voir annexe 3.

[44] Propos développés par Mme Bourgeat, Directrice de l'Institut Lumière, auditionnée le 5 juin 2014.

. Au-delà des projections, des offres d'expositions sont proposées sur l'ensemble du territoire de la région Rhône-Alpes.

- **Une dimension sociale et économique**

. Le festival a un objectif de « pédagogie populaire de proximité » en ce qu'il touche un public diversifié. Il permet à des personnes qui ne vont jamais au cinéma de s'y rendre.

. L'Institut Lumière au travers de son festival développe des partenariats : avec des associations, les lycées permettant aux lycéens d'avoir accès au cinéma classique, les prisons pour permettre aux détenus d'avoir accès à la culture et les hôpitaux dont l'hôpital Mère-Enfant de Bron.

. L'Institut s'appuie beaucoup sur des bénévoles pour l'organisation de ce festival, ces bénévoles viennent d'horizons divers. Le festival permet à certains d'acquérir une expérience voire même d'obtenir une intégration professionnelle. C'est une expérience valorisante.

. La dimension économique est importante, avec par exemple le travail de restauration des films avec les acteurs économiques du cinéma.

55 000 élèves ont été accueillis l'an dernier au festival lumière, l'objectif est de leur montrer des films classiques et de développer leur curiosité.

- **Une dimension éducative**

. L'Institut n'hésite pas à aller à la rencontre des élèves dans leurs établissements scolaires, et à développer des prix attractifs pour les jeunes.

. Le festival c'est aussi des masters class, des rencontres avec de auteurs…

La forme « festival » est importante puisque cela représente un grand événement collectif qui permet une ferveur toute particulière autour d'un concept unique.

Reste que l'événement n'est développé que dans la région Lyonnaise. La question se pose d'étendre le festival aux territoires isolés. L'Institut s'est lui-même déjà posé la question et s'est retrouvé confronté à plusieurs limites :

. Comment accéder à tout le territoire avec un niveau de cinéma identique ?

. Comment faire déplacer des réalisateurs dans des territoires ruraux ?

La solution la plus simple et la plus efficace aujourd'hui a été de faire venir les personnes au festival en garantissant des prix bas et d'assurer, au-delà du festival, des expositions sur l'ensemble du territoire de la région Rhône-Alpes.

D'autres lieux de diffusion pourraient être envisagés, mettant en valeur le patrimoine local en liant cinéma et patrimoine.

Cependant, du fait du grand nombre de festivals en Rhône-Alpes, dont certains de renommée internationale, il faut veiller à ce que chacun puisse avoir sa place. Les plus grands festivals, le Festival Lumière par exemple, peuvent être considérés comme une chance, car ils drainent une envie de cinéma, même s'ils captent beaucoup de ressources … **Il faut être vigilant pour éviter les déséquilibres entre festivals. Le dialogue entre les acteurs est important.**

➢ **Si la survie des salles de cinéma est essentielle, il faut aussi aller vers le public, que ce soit physiquement ou culturellement**.

En lumière…
pour un environnement attractif et festif…

Aller voir un film… aller voir des films… aller au cinéma…

✓ **Autour du film**

. Soutenir et faire connaître les évènements organisés : les expos, débats, invitations, ateliers pour enfants…

. Développer des actions de médiation culturelle participatives, créatives et interactives : trouver des actions de médiation culturelle qui rendent le jeune actif. Ex : créer une radio interne au cinéma et inviter les jeunes à venir échanger sur la programmation.

✓ **Autour du prix**

. Développer les partenariats avec les transports en commun pour que le transport ne soit pas un obstacle à la sortie cinéma.

. Favoriser des partenariats parkings, commerces… et cinéma.

. Communiquer autour des dispositifs générant une baisse des prix comme les fêtes du cinéma, abonnement…

. Assurer la gratuité des actions de médiation culturelle entourant la diffusion des films.

✓ **Autour des festivals**

. Etendre les actions des grands festivals sur tout le territoire rhônalpin. Le festival, type festival Lumière, est un moyen de médiation qui pourrait être reproduit.

. Permettre aux différents acteurs en lien avec le cinéma d'avoir un rayonnement culturel et éducatif plus important, d'être plus vus, plus connus de tous les rhônalpins. Mettre en lumière et reproduire les bonnes pratiques, sur d'autres territoires, avec d'autres évènements.

. Réfléchir sur une étude économique poussée pour mesurer les retombées économiques et touristiques d'un tel évènement. Lyon, berceau du cinéma, devrait davantage valoriser d'un point de vue touristique cette caractéristique culturelle.

2. La médiation culturelle pour amener le cinéma au public

La médiation culturelle est un vecteur de lien social, qui permet de maintenir le lien entre le public et le cinéma, à travers la transmission et l'éducation pour tous, tout au long de la vie … Il ne suffit pas d'amener le public devant le produit. C'est d'autant plus important pour les publics éloignés/empêchés. C'est aussi une valeur ajoutée pour la pratique cinématographique, en complément des nouveaux usages liés aux nouvelles technologies.

2.1 Les publics éloignés / empêchés

Si les jeunes sont une préoccupation majeure pour l'avenir du cinéma, ne faudrait-il pas aussi aider le 4ème âge (cf. sondage des étudiants) et les différents publics empêchés, éloignés, à aller à la rencontre du cinéma ?
Le numérique a rendu difficile les offres de cinéma itinérant ou d'écrans mobiles. Mais depuis début 2015, un système technique plus viable est apparu. Cela permet d'aller dans des lieux où il n'y a pas de cinéma, à la demande des villages par exemple. Mais cela coûte assez cher.

Qu'ils s'agissent des personnes hospitalisées, des personnes en situation de handicap, des personnes vivant en milieu rural, des personnes les plus âgées, des personnes en milieu carcéral… elles ne devraient pas être exclues du grand écran.

2.1.1 Aménagement du territoire et ruralité

La région est relativement bien couverte par les aides mais elle se concentre essentiellement là où il y a les plus fortes densités. Des réflexions sont en cours par la Région Rhône-Alpes pour aider les salles de cinéma en montagne.
Des conventionnements existent avec certains Conseils départementaux. C'est le cas de l'Ardèche, de la Haute-Savoie. Des discussions existent avec l'Isère, la Drôme et l'Ain. Mais il n'y a pas d'échanges avec le Rhône et la Savoie.
La logique d'appels à projets s'appuie sur les dynamiques locales, ce qui peut engendrer un certain décalage selon les territoires.

Pôles territoriaux

- **Pixel** à Villeurbanne avec notamment le Cluster Imaginove, fort de 700 entreprises autour de ces activités.
- **La Cartoucherie** à Bourg les Valence
- **CITIA** à Annecy
- **Ardèche images** à Lussas en Ardèche pour la création documentaire.

La métropolisation ne changera pas l'aide de la Région Rhône-Alpes apportée aux territoires, petits ou grands. Par exemple, la Région accompagne la Savoie sur plus de 10 salles en investissement, ce qui est plus que la plupart des autres départements.

Au delà de construire des salles de cinéma, d'autres moyens peuvent être mis en place pour permettre l'accession aux films.

Le cinéma itinérant peut être une bonne alternative.

Dans les cinémas éloignés des grandes villes, plutôt en milieu rural, de jolies initiatives existent. C'est le cas par exemple du programme « Cinés poussins » à Meximieux, c'est un programme jeunes publics, organisé le premier dimanche matin du mois. Cela marche bien, parce qu'il y a peu d'offres complémentaires ou concurrentes. Le programme est centré autour de l'accueil du public, du dialogue avec les familles et du visionnage du film, parfois en lien avec les associations locales. Ex : un film sur la musique permet la venue d'associations musicales, puis les jeunes donnent un petit concert. Il est très important de bien choisir les films en fonction des âges. Ce même cinéma propose aussi le programme « Ciné malin » pour les 6-12 ans, avec une offre variée (par exemple la diffusion d'un film de patrimoine comme « *les Charlots* »).

Le cinéma l'Horloge a expérimenté avec profit des partenariats **avec les commerces de proximité** comme du sponsoring, ou encore des participations aux animations, etc. ce qui leur permet de participer à la vie de la commune.

2.1.2 Les personnes fragiles ou fragilisées

La Région Rhône-Alpes mène une politique envers les publics éloignés, dits publics empêchés : hôpital, prison, mission locale, notamment via l'aide aux réseaux itinérants. Une convention est signée entre la Région Rhône-Alpes et la PJJ, l'administration pénitentiaire.

L'une des problématiques, notamment pour les personnes âgées qui craignent de sortir seules, est l'accompagnement. Au même titre qu'il peut exister un accompagnement pour aller faire ses courses, un accompagnement à la salle de cinéma ou à la salle des fêtes, où est proposé un film via le circuit itinérant, peut être intéressant.

Certains cinémas de proximité essayent d'engager des actions pour les personnes en difficulté.
C'est le cas par exemple du cinéma Mourguet : les liens « solidarités » ont permis d'être à l'écoute des associations d'exclusion. La personne fragile a sa carte obtenue avec l'association soutenant les personnes en difficulté et vient aux mêmes séances que les autres, sans distinction. Beaucoup de familles monoparentales par exemple bénéficient de l'accès aux salles grâce à ce dispositif.

Des partenariats existent avec des associations qui aident les personnes âgées à venir au cinéma.
Le cinéma de Sainte Foy réfléchit à de nouvelles idées comme la diffusion de films à 14h30 accompagnée d'un goûter « un ciné douceur ».

Mais tous les cinémas n'ont pas les mêmes moyens pour se permettre une politique solidarité très développée.

Le cinéma l'Horloge, de Meximieux, a su développer une belle offre de médiation culturelle autour du cinéma pour certains publics empêchés.
C'est le cas du programme « Ciné rêve » dont le but est d'amener du cinéma récent aux enfants hospitalisés. Cela peut exister grâce à des dons et des aides, avec une diffusion du film sans rétribution, pour une vingtaine de séances par an. Le projet s'est arrêté en 2011 avec l'arrivée du numérique qui a remplacé la pellicule. En numérique, cela coûte plus cher parce qu'il faut acheter du matériel. Malheureusement, il est difficile de trouver des financements auprès des collectivités territoriales ou des fondations. L'un des problèmes est qu'il faut remplir de nombreux dossiers pour essayer d'obtenir des subventions. Il n'existe pas de guichet unique et c'est compliqué en termes de temps et d'énergie, comme l'a expliqué la responsable du cinéma l'Horloge**.**
60 000 euros seraient nécessaires, sans même évoquer les besoins en bénévoles, actuellement insuffisants à Meximieux pour faire tourner ce programme, ou alors, il faudrait changer le modèle économique et recruter du personnel…
La seule solution pour continuer **ce projet est de créer des partenariats** pour mutualiser les moyens. Il peut s'agir aussi de payer une prestation auprès d'un partenaire.

Les caisses primaires d'assurance maladie pourraient être sollicitées pour ce type de projets. Il y a une vraie attente des structures de malades.

- ***S'il faut trouver des solutions pour combler l'éloignement entre le public et la salle, il est évident que le cinéma, d'aujourd'hui, ne peut plus être appréhendé sans tenir compte des évolutions sociétales et notamment des nouveaux usages.***

En lumière… pour les publics empêchés/éloignés

Parce que chacun doit pouvoir bénéficier du droit d'aller au cinéma ou de voir un film…
quelle que soit sa situation…

✓ D'un point de vue territorial

. Permettre la réappropriation du cinéma par les collectivités locales ou les EPCI comme outil d'accès à la culture, le cinéma doit être une incitation à la culture. Le cinéma et la médiation culturelle sont finalement des outils peu onéreux pour tisser du lien social et créer une dynamique, un cercle vertueux social, économique, environnemental dans un quartier.

. Porter l'effort sur le transport, les coûts, l'accompagnement, l'aide aux associations / organismes qui interviennent (en prison ou hôpitaux par exemple) et qui ont peu de ressources et doivent faire face à des choix.

. Inciter les CCAS des communes à développer une action autour du cinéma et de la médiation culturelle.

. Développer des projections dans les salles polyvalentes permettrait d'aider à les faire vivre, car ce sont des maisons culturelles en lien avec le tissu local. Il faut cependant veiller aux bonnes conditions de projection.

. Définir des aides aux communes et associations qui mettraient en place des actions de médiation culturelle en lien avec le cinéma dans les salles polyvalentes (cofinancées par les régions).

. Sensibiliser les élus locaux à l'intérêt de la culture et de la médiation culturelle. Il pourrait être pertinent de suggérer l'organisation de colloques d'échanges et d'informations à destination des élus locaux pour communiquer sur l'intérêt de la médiation culturelle, peut-être en lien avec les Conseils Locaux de Développement CLD.

✓ D'un point de vue du handicap et des personnes âgées en perte d'autonomie

. Afficher une meilleure prise en charge de ces publics dans les cinémas (accueil, confort, considération, accessibilité, prise en charge, accompagnement, transport).

2.2 La médiation culturelle à travers l'éducation à l'image et les nouveaux usages

L'une des clefs de l'avenir du cinéma passe par l'éducation à l'image. C'est l'un des fondements de la médiation culturelle. Si la famille conserve le rôle principal, les établissements scolaires et les différentes institutions (musées, associations, clubs en lien avec le cinéma etc.) doivent s'en soucier.

L'éducation à l'image doit être ludique, culturelle et pédagogique. En outre, elle ne doit pas occulter les nouvelles technologies qui génèrent de nouveaux usages.

2.2.1 Le rôle des différents acteurs pour l'éducation à l'image

La première idée est de se familiariser avec l'œuvre, avec l'objet de culture : on ne comprend que ce qu'on connaît d'où l'intérêt d'une éducation préalable. L'autre versant de l'éducation à l'image est d'apprendre à adopter une vision critique de ce que l'on voit, apprendre une certaine forme de décryptage.
Si l'éducation à l'image est primordiale dès le plus jeune âge, elle l'est aussi tout au long de la vie, avec par exemple l'étude d'œuvres cinématographiques.

Si l'école semble être un lieu privilégié pour éduquer à l'image, elle peut aussi le faire en lien avec d'autres partenaires, qui eux-mêmes peuvent agir de manière autonome ou en soutien d'autres institutions.

- **<u>Au niveau de l'éducation nationale</u>**

  - ***Quelle politique culturelle[45]?***

Le cinéma est un élément fondamental de la politique culturelle car il fait appel à l'image, à la musique et à l'écriture. Il permet plusieurs entrées autour d'un seul objet.
Un film peut être facilement diffusé, même dans les zones les plus isolées, plus aisément que ne pourrait se produire une compagnie de théâtre ou de danse.

Depuis la loi pour la refondation de l'école de 2013 et la circulaire d'application de mai 2013, cosignées par les ministères de la Culture et de l'Education Nationale, dans le cadre de la politique du parcours artistique et culturel, un effort important est engagé pour la valorisation culturelle notamment sur les territoires éloignés.

Les sorties culturelles existent depuis longtemps mais c'est seulement depuis une dizaine d'années, avec le plan Tasca 2000, que les sorties sont devenues plus régulières. C'est bien plus aujourd'hui une politique concertée d'établissements que des actions s'appuyant sur la seule bonne volonté de professeurs.

La culture est aujourd'hui considérée comme un levier de réussite et non pas simplement comme un moment récréatif.
Chaque établissement doit afficher un volet artistique et culturel qu'il choisit, aidé par le Rectorat et la DAAC.

Il est nécessaire aujourd'hui de faire partager l'accessibilité à la culture au plus grand nombre possible d'élèves.
Les dispositifs atteignent 5 à 9 % de l'ensemble des élèves. Il reste beaucoup à faire et cela aura un coût.

Quelques exemples sur les territoires

<u>Ardèche</u> : Aubenas et Annonay : 2 pôles cinéma forts avec festivals, une politique active du Conseil général envers les arts et la culture.
<u>Drôme</u> : un centre national sur l'image, structure portant le centre dramatique autour de l'image avec vocation régionale qui prépare des colloques… et des actions sur les populations scolaires et éloignées.
<u>Isère</u> : plusieurs festivals… Ville de Grenoble très active, avec une salle dédiée et beaucoup de matériel pour accueillir des classes. Un lycée BTS audiovisuel à Villefontaine…
<u>Haute-Savoie</u> : une vraie filière et 7 options facultatives, des enseignements spécialisés et une classe CPGE au lycée Berthelot d'Annecy.
Ces listes ne sont pas exhaustives. notamment. Il existe beaucoup de festivals qui travaillent avec les écoles et les collèges.

[45] M. Jean-Fançois Marguerin, Directeur régional de la DRAC, auditionné le 6 mars 2014

Le travail se fait en partenariat avec les différents acteurs, par le biais d'une convention Etat Rectorats/Région Rhône-Alpes/DRAC/DRAAF sur l'éducation artistique et culturelle. La convention a changé les pratiques, avec des échanges devenus permanents. Le travail avec les départements donne également lieu à des conventions.
La collaboration avec les collectivités territoriales est installée et déterminante car cela évite des politiques de cloisonnement, cela mutualise les moyens, sans perdre de vue l'objectif principal : la réussite des élèves.

Si le cinéma est moins coûteux en termes de logistique, la pratique est, elle, beaucoup plus onéreuse.
Or, il ne peut pas y avoir d'appétence pour la culture s'il n'y a pas d'éléments de pratique.
Par exemple, cela a engendré beaucoup d'actions à partir des téléphones mobiles car tous les élèves en ont…

- ***L'organisation***

De nombreux référents sont présents au sein du Rectorat du Rhône dans une délégation académique, avec un DAAC, mais aussi un IA-IPR + un professeur relais cinéma, (avec un détachement de 6 heures), qui est en même temps prof-relais Rhône et prof relais-académique.
A ses côtés, il existe des professeurs - relais Loire et Ain - qui sont les correspondants départementaux pour le dossier cinéma. A cela s'ajoutent les partenaires culturels des options et des ateliers (et de la classe CHAC) jusqu'ici rémunérés par la DRAAC. Tout ce qui concerne le matériel est pris en charge par la Région.

- ***Le contenu de l'enseignement***

Le cinéma d'animation est une bonne école d'apprentissage, avec des logiciels très performants et un résultat immédiat, pour construire un scénario et « faire écrire et faire fabriquer »… Ce sont des éléments qui séduisent les élèves car ils comprennent comment c'est fait sous l'angle numérique. Ce sont des espaces peu connus malgré l'excellence française dans le domaine.
Afin de faire revenir les jeunes aux cinémas, un dispositif est monté avec des écoles/collèges/lycées **dans une perspective de parcours sur le même territoire**, pour construire un projet de progression de l'école jusqu'au lycée.

A Grenoble, une école dans une ZEP a fait du cinéma l'axe porteur de tous les enseignements ce qui a permis d'a**pprendre à écrire, à parler autour du cinéma**. La volonté est de généraliser ces pratiques, notamment aux lycées dits en difficulté.

On peut relever un travail sur l'image et l'éducation à l'image (fixe, mobile..) dans les projets des professeurs d'arts plastiques, de lettres, d'éducation musicale, en histoire ainsi que dans le cadre de l'histoire des arts.

- ***Le cinéma dans les établissements scolaires***

La DRAC, les Rectorats et le CRAEC[46], ont dressé un état des lieux des différents dispositifs ou actions pouvant être menés.

. Les enseignements d'exploration

Dans le cadre de la réforme du lycée ont été créés les enseignements d'exploration (versus les ex. enseignements de détermination) dont celui intitulé *Arts Visuels*, un titre ambigu qui renvoie aussi bien au cinéma qu'à la photographie ou la peinture. Ces enseignements sont très prisés des élèves.

CRAEC : Comité Régional Rhône-Alpes de l'Enseignement Catholique
CRDP : Centre régional de documentation pédagogique
DAAC : Délégation Départementale Académique aux Arts et à la Culture
DRAC : Direction régionale des affaires culturelles
DRAAF : Direction Régionale de l'Agriculture et de la Fôret
PREAC : Pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle
ESPE : Ecoles supérieures du professorat et de l'éducation

[46] Auditionnés au CESER le 03/04/2014 : M. Cherqui, pour le Rectorat de Grenoble, Délégué académique aux arts et à la culture ; Mme Dietrich pour le Rectorat de Lyon, Déléguée académique aux arts et à la culture (DAAC), M.Plaige pour le CRAEC

Grâce à ces enseignements d'exploration on constate une hausse régulière des effectifs en option cinéma au lycée, (les points au dessus de 10 comptent) mais une baisse des effectifs en spécialité.
(Épreuves écrite et orale à gros coefficient, 55 candidats il y a 4 ans, 34 pour cette année)

Pourquoi ? Parce que seuls les élèves de L peuvent prendre l'option de spécialité ce qui réduit le nombre de candidats possibles car le choix de la filière L est délaissé au bénéfice des filières ES ou S, tandis que l'enseignement facultatif est ouvert à toutes les séries.

Le but de cet enseignement (1h30 par semaine) est d'initier les élèves à de grandes problématiques cinématographiques (tant esthétique qu'historique) tout en leur donnant une vision plus « professionnelle» de cet art. L'enseignement d'exploration est en effet conçu pour favoriser la rencontre des élèves avec des représentants de corps de métiers en lien avec l'image (photographes, scénaristes, exploitants de salle, programmateurs). Ces enseignements d'exploration permettent souvent de créer un vivier pour les futures sections cinéma de première et de terminale.

Option facultative cinéma de Seconde :

le programme concerne la notion de plan. Les élèves s'initient à la complexité de cette notion à travers de nombreux extraits commentés qui leur offrent un panorama historique et esthétique. Ils se confrontent aussi au versant technique de cette question en tournant leurs premiers exercices filmiques.

Option facultative cinéma Première :

le thème est « le documentaire ». Le cours théorique doit placer les grands jalons historiques, techniques et idéologiques de ce genre difficile à définir. La pratique confronte les élèves à la réalité du terrain grâce à l'élaboration d'un projet documentaire qui souvent comporte interviews, recherches d'archives, usage de la voix-off.

Option facultative Terminale :

Le thème et le point de vue. Cette notion est à envisager sous ses multiples sens : place de l'opérateur, gestion du savoir entre l'instance énonciatrice, le spectateur et le personnage, considérations morales sur un événement. La réalisation de fin d'année doit montrer une réflexion sur ce thème qui doit être le principe moteur de la création.

Option spécialité cinéma Première :

le thème de l'année 2014 est : « l'écriture et la notion de mise en scène ». La partie théorique propose de nombreuses études de cas (du muet à nos jours) qui permettent d'explorer un auteur, un mouvement, la question de l'adaptation littéraire, du remake…Le but est de faire émerger la notion de classicisme et de modernité à travers les choix d'écriture et l'évolution des pratiques de la mise en scène. La pratique est axée fortement sur l'élaboration du scénario et l'écriture de dialogues.

Option spécialité cinéma Terminale :

le thème de l'année 2014 est « le montage ». L'approche transhistorique qui explique les écoles et les diverses théories du montage. Le cours d'analyse doit traiter trois œuvres au programme du baccalauréat. Cette année : Conte d'été d'Eric Rohmer (1996), To Be or Not To Be d'Ernst Lubitsch (1942) et L'Etrange Affaire Angelica de Manoel De Oliveira (2010). La réalisation de l'année peut être un documentaire ou une fiction. C'est dans les deux cas l'aboutissement de la pratique et de la réflexion des élèves qui donne lieu à un film qui sera défendu lors de l'oral du Bac.

Une CPGE

Un exemple dans l'académie de Lyon : la création d'une CPGE (classe préparatoire) option cinéma du lycée Herriot : volonté de madame la Rectrice de développer le cinéma et de créer une option cinéma en CPGE dans la ville (et dans l'académie) qui a inventé le 7ème art non seulement création de l'option mais aussi ouverture d'une nouvelle hypokhâgne.

. Enseignement de spécialité obligatoire

10 enseignements de spécialité cinéma-audiovisuel sont dispensés au lycée sur le territoire régional et sont accompagnés par la DRAC Rhône-Alpes, qui soutient notamment la coordination de ces options obligatoires par une structure partenaire et la prise en charge d'intervenants professionnels encadrant la conduite de ces enseignements.

. Dispositifs d'éducation à l'image en temps scolaire

La DRAC Rhône-Alpes accompagne les coordinations régionales et départementales mettant en œuvre les **dispositifs d'éducation à l'image en temps scolaire** que sont « Ecole et cinéma », « Collège au cinéma » et « Lycéens et apprentis au cinéma ».

Ces dispositifs permettent de faire découvrir aux élèves des œuvres cinématographiques lors de projections organisées spécialement à leur intention dans les salles de cinéma, à raison de 3 séances par an (soit une séance par trimestre). Ils leur permettent aussi de se constituer, grâce au travail pédagogique d'accompagnement conduit par les enseignants et les partenaires culturels, les bases d'une culture cinématographique.

Leur réussite repose sur un partenariat entre le Ministère de la Culture, le Ministère de l'Education Nationale, le Ministère de l'Agriculture, les collectivités territoriales (villes, départements, régions), les enseignants et les professionnels du cinéma.

Ces dispositifs nationaux ont pour objectif de former le goût et susciter la curiosité de l'élève spectateur, d'offrir des prolongements pédagogiques et des formations, de faciliter sur l'ensemble du territoire l'accès du plus grand nombre d'élèves à la culture cinématographique, de participer au développement d'une pratique culturelle de qualité en favorisant le développement de liens réguliers entre les jeunes et les salles de cinéma, de proposer aux enseignants une activité complémentaire leur permettant de développer ou d'approfondir des objectifs de référence inscrits dans les programmes.
Le parcours de l'élève est au cœur et les dispositifs mis en place à l'école au collège et au lycée permettent de proposer un parcours cohérent pour l'éducation à l'image de l'élève, du collégien et du lycéen.

Une CHAC

L'académie peut se réjouir d'avoir ouvert une CHAC (classe à horaire aménagée cinéma) à Charlieu (Loire nord) au collège qui alimente le lycée détenteur de l'option et de l'enseignement de spécialité.
En projet : une par département est en discussion avec l'Education Nationale et la DRAC

Le suivi de ces dispositifs par les jeunes constitue un parcours culturel tout au long de la scolarité :
avec « Ecole et cinéma », les enfants, de la grande section de maternelle au cours moyen, découvrent la magie du 7ème art (la salle, le grand écran, les émotions à l'état pur), avec « Collèges au cinéma », les élèves de la classe de sixième à celle de la troisième apprennent à distinguer les genres et les cinématographies. L'académie de Grenoble a une très longue tradition de cinéma à l'école : 350 000 collégiens sont touchés par le dispositif « collège au cinéma ».

Avec « Lycéens et apprentis au cinéma », qui s'adresse à la fois aux élèves des lycées d'enseignement général et professionnel, des lycées agricoles et des centres de formation des apprentis (CFA), ils deviennent de jeunes cinéphiles et de futurs spectateurs avertis, capables de reconnaître un auteur et une écriture cinématographique.

Le coordinateur départemental cinéma assure le suivi du dispositif, l'organisation des pré-visionnements et des formations pour les enseignants, des interventions de professionnels lors des séances, et la circulation des copies et des documents pédagogiques d'accompagnement.

Un grand nombre de concours nationaux (ex : le prix Jean Renoir) ou locaux (ex : festival Lumière, de festivals du film court de Villeurbanne qui s'applique à être bi académique (Grenoble et Lyon), sont suivis par les enseignants de CAV (Cinéma Audio Visuel) avec leurs élèves.

- ***La Formation***

Les pôles de ressources pour l'éducation artistique et culturelle (PREAC) sont des pôles ressources pour pouvoir mettre en œuvre une politique concertée d'éducation artistique et culturelle à l'échelle de chaque territoire.

Ces PREAC sont créés en fonction de nouveaux besoins identifiés. L'action d'un PREAC s'articule autour de deux dimensions :

. l'une, territoriale, réunit dans une communauté d'action les différents acteurs concernés par l'éducation artistique et culturelle à l'échelle d'une région (CRDP, ESPE, structures culturelles, etc.) ;
. l'autre, thématique, est liée à la spécificité des contenus qu'il aborde. Ex : le rôle et la place de l'acteur dans la production cinématographique.

Les PREAC ont pour vocation de fournir des ressources et des outils pour le développement de l'éducation artistique et culturelle, dans toutes ses dimensions et sur tous les domaines concernés. Ils accompagnent ce développement selon deux axes principaux :

. la structuration, l'édition et la diffusion des ressources pédagogiques, documentaires ou didactiques ;

. l'organisation d'actions de formation répondant aux besoins exprimés par les différents partenaires.

Les PREAC doivent contribuer au renforcement des connaissances sur les champs suivants : domaines de l'éducation artistique et culturelle ; dimension culturelle des différents champs disciplinaires et pratiques artistiques qui y sont liées ; actualité des arts ; diversité des cultures et des patrimoines. Ils apportent par ailleurs des ressources et des méthodes destinées : à enrichir la formation culturelle et artistique des professeurs et des professionnels de la culture intervenant auprès des élèves ; à favoriser la connaissance des œuvres à travers un appareil critique pertinent ; à promouvoir des pédagogies s'appuyant sur de nouveaux outils ; à développer et évaluer les projets d'éducation artistique organisés sur les temps scolaires, péri et extra-scolaires ; à permettre la construction de projets d'école ou d'établissement articulant enseignements et actions d'éducation artistique et culturelle. Enfin les PREAC organisent l'accès public à la ressource artistique et culturelle dans le cadre de la veille documentaire en participant notamment à la constitution d'un espace virtuel regroupant les sites internet pertinents dans le domaine considéré.

. Actions de formation

Le groupe de pilotage régional chargé de la politique territoriale d'éducation artistique et culturelle a notamment comme mission d'impulser et de renforcer les formations initiales et continues des différents acteurs de l'éducation artistique et culturelle (personnels d'enseignement, d'encadrement et/ou de direction pour le ministère de l'Education Nationale, artistes, professionnels et responsables des structures artistiques et culturelles pour le ministère de la Culture). Les PREAC peuvent, dans ce cas, devenir des opérateurs, régionaux ou nationaux, privilégiés de ces formations en lien avec les structures spécialisées partenaires (ESPE, établissements d'enseignement supérieur), au titre de leur expertise méthodologique et thématique. Ils peuvent répondre à des demandes ou soumettre des propositions aux responsables académiques, régionaux et nationaux de la formation initiale et continue. Les actions correspondantes concernent au premier chef les personnes ressources désignées par les autorités compétentes des deux ministères. La formation des intervenants dépend des autres ministères.

Des accords particuliers peuvent prévoir, le cas échéant, la formation d'intervenants concernés par des dispositifs propres aux autres ministères (notamment les contrats éducatifs locaux ou l'enseignement agricole) et susceptibles d'être associés à la constitution des PREAC.

Ce principe s'applique de la même façon en direction des intervenants relevant des collectivités territoriales impliquées ou intéressées.

. Le pilotage

Au niveau régional, la décision de création d'un PREAC relève de la compétence du Recteur et du Préfet de région (DRAC), en lien avec le Président de l'exécutif de la collectivité territoriale qui exerce ou partage avec l'État la tutelle sur la ou les institutions culturelles du pôle.

Les PREAC sont placés sous la responsabilité des signataires de la convention, qui constitue l'acte instituant le pôle. Le directeur de l'ESPE, le directeur du CRDP, la DAAC et le directeur d'au moins une institution culturelle partenaire sont associés à la signature de cette convention. Les universités, les services déconcentrés des autres ministères concernés et les collectivités territoriales peuvent également être associés à ces pôles en tant que de besoin.

Le comité de pilotage pour l'éducation nationale comprend au moins l'IA-IPR coordonnateur des enseignements artistiques, la DAAC, le directeur du CRDP et le directeur de l'ESPE.

Le financement des actions de formations et la prise en charge des frais de mission :
Les PREAC ont vocation à participer à la formation des artistes et professionnels de la culture, à la transmission de leur art et à la démarche de projet partenarial en matière d'éducation artistique et culturelle. Les DRAC sont susceptibles de prendre en charge les défraiements des artistes et professionnels de la culture participant aux formations organisées par les PREAC. Les délégations régionales, des organismes professionnels agréés chargés de la formation continue dans les secteurs artistiques et culturels, seront également sollicités.

L'académie de Lyon par le biais de la formation continue et du CRDP (CANOPE) propose 2400 journées stagiaires par an pour la formation des professeurs qui emmènent leurs élèves sur les dispositifs cités.

Un exemple concret : la vie de l'option cinéma à Sainte Cécile :

Lycée d'enseignement général - Privé Catholique Sous contrat d'association / Ministère de l'Education Nationale - 38260 La Côte-Saint-André.

De la seconde à la terminale, un tiers des élèves concernés, dans un petit lycée rural, c'est une option historique, à l'initiative des professeurs de français et de la cinémathèque de Grenoble. Une zone rurale rend la mission encore plus prégnante.

Facultatif, 3 ou 5 heures par semaine. Coefficient 6 au bac… la moitié va ensuite dans des écoles de cinéma l'autre moitié s'oriente vers d'autres études. C'est un moyen d'apporter une culture cinématographique plus qu'une professionnalisation.
L'option est intéressante car mélange la théorie et la pratique sur l'histoire du cinéma, avec une analyse de films et une mise en pratique pour que les élèves comprennent la matière en la faisant.

Dans la vie du lycée, c'est une option importante en interaction avec d'autres professeurs, avec un temps fort de diffusion : le professeur de français organise aussi une soirée théâtre, devant un vrai public, dans un vrai cinéma. Idem avec le professeur d'anglais.

Beaucoup de sorties : films imposés au programme du bac, vus sur grand écran, travail en classe sur DVD, dans un cinéma de quartier. Relation avec les festivals, rencontre avec des réalisateurs, festival de courts métrages en plein air de Grenoble début juillet, les jeunes sont intégrés dans le jury, dans la diffusion…. Beaurepaire, festival de films en avant-première avec des places réservées pour les élèves.

- **Dans l'enseignement privé[47]**

240 000 élèves sont potentiellement concernés.
Il existe peu d'actions institutionnelles dans le domaine du cinéma malgré l'appui de la DAAC notamment sur le dispositif « Les jeunes au cinéma ». Il n'y a pas de chargé de mission sur ce type de secteur car le CRAEC n'en a pas les moyens.

Cependant, il se passe beaucoup de choses mais de manière atomisée, qui relève plus de la passion d'un professeur que d'une réelle politique d'établissement… Une dizaine d'établissements a une option ou une spécificité cinéma.

Il est plus facile pour les établissements de répondre à un appel à projets d'une collectivité que de monter de manière complètement autonome un projet. C'est à ce moment-là que des liens et un projet surgissent.

Les établissements n'ont pas d'énormes ressources pour gérer ce genre de projets lourds à porter administrativement.

Il existe beaucoup d'autres projets, notamment sur le théâtre, mais le cinéma n'est pas représentatif des actions culturelles.

Pour l'aspect découverte du cinéma et la construction du film, la question du matériel est un obstacle car il coûte très cher. C'est sur les fonds propres des établissements qu'il doit être financé. Cela représente une somme élevée seulement pour quelques élèves.

Rien de ce qui se fait ne peut être durable sans une implication forte et le soutien de la Région sur des projets particuliers qui permettent aux établissements de s'impliquer : il faut une dynamique et être en réseau. La Région doit être motrice. Cette dernière finance essentiellement du matériel pour l'enseignement public et non pour le privé.

Quelques pistes d'amélioration peuvent être soulevées :

. Un financement pour les intervenants techniques, ex. Beaurepaire : il faudrait un intervenant technique auprès des élèves pour faire un film sur le festival et faire le lien avec les programmes scolaires.
. En zone rurale, se pose le problème du transport. Ex : la Côte Saint André il n'y a pas de train, pas d'aides de la Région pour le transport, alors qu'il existe une aide pour le public. Idem pour les équipements qui sont entièrement à la charge des lycées.
. Permettre le développement de projets pluridisciplinaires type comédie musicale avec la classe de danse, et d'arts plastiques pour les décors…

La Région pourrait aider de la même façon le privé (sous contrat) et le public selon leurs projets. Une aide à l'investissement serait bienvenue.

[47] Audition de M. Plaige, Président du CRAEC, le 03/04/2014

- **Le cas particulier des Lycées professionnels**

Les lycéens en lycées professionnels utilisent moins la carte M'RA.
Les lycées professionnels ont eu une réforme ; paradoxalement l'espace pour les projets culturels a été asséché. Il manque des liens entre les lycées pro et les lycées généraux à option. Mais, de plus en plus, les lycées pro demandent des dérogations pour augmenter le volume des matières artistiques dans les options. Cela leur est refusé, pour l'instant, mais une réflexion sur cette question est en cours. **Inclure de l'artistique dans l'enseignement professionnel semble pertinent, pour favoriser la cohésion humaine et sociale.**

- **De l'option à la généralisation**

L'option cinéma est le modèle type de ce que devrait être l'insertion de la culture dans les enseignements. Mais cela concerne seulement 3000 élèves, c'est un coût exorbitant par rapport au nombre d'élèves concernés.

L'arbre de l'excellence ne doit pas masquer la forêt.

Dispositif Eurêka

La médiation culturelle a une large place dans la politique culturelle de la Région, via par le dispositif Eurêka. La Région Rhône-Alpes soutient les établissements de formation en encourageant des actions éducatives inscrites dans les projets d'établissement n'intervenant pas strictement dans le champ des programmes de formation.

Eurêka regroupe les anciens dispositifs :

. Demain en main
. Apprenti Gagnant
. Soprano
. PEPS établissements
. Passeport solidaire
. Objectif Terre
. Prévention et Éducation à la Santé, santé environnementale des jeunes en Rhône-Alpes

L'un des domaines d'action possible est la culture. A noter aussi le projet de création d'un CFA public du cinéma, probablement hébergé sur le Pôle Pixel.

L'éducation artistique et culturelle est une priorité de la loi de refondation de l'école, « le socle commun de compétences, de connaissances et **de culture** ». Ce sont des signes encourageants…

Valoriser l'offre culturelle et la faire rayonner, la faire entrer dans les classes pour toucher tous les jeunes, pas seulement ceux des classes spécialisées, est une volonté politique intéressante même si le Ministère de la Culture se désengage en ne finançant plus qu'à 50 % les options…

- **Outil de mesure par rapport aux subventions**

Quel est l'avenir pour ces classes spécialisées ? Quel post bac ? Les politiques culturelles sont difficiles à évaluer. Un sondage est mené actuellement sur les territoires de l'académie de Grenoble pour savoir quels souvenirs les élèves gardent de ces enseignements. Les premiers résultats montrent que les élèves ont peu de souvenirs. Mais, en même temps, ils regrettent de ne pas en avoir fait assez. En outre, ils sont nombreux à se plaindre d'avoir souvent visité la même chose.
Les établissements croulent sous les demandes d'évaluation et cela prend du temps. La culture de l'évaluation vient de plus en plus au détriment de l'action. L'administratif ne doit pas empiéter sur la mission d'éducation.

Il faudrait mesurer des années après, mais il est difficile d'avoir des indicateurs clairs.

A Lyon, en lien avec le CAVL, une enquête est menée auprès des élèves pour tester leur approche de la culture.

- **Les autres acteurs**

Chaque association, club, musée peut avoir des actions intéressantes en termes d'éducation à l'image et plus généralement de médiation culturelle.
Si la création de clubs dans les établissements scolaires mérite d'être encouragée, tous les types d'actions sont utiles.
Il s'agit de mettre en lien avec les cinémas des acteurs culturels comme les musées pour des expositions et des conférences, les établissements scolaires, les centres d'action sociale, les MJC ou encore les comités d'entreprise.

- ***L'exemple de l'Institut Lumière*** [48]

C'est le cas des différentes actions de l'Institut lumière, que ce soit à travers son festival[49], son musée, ou ses différents types d'actions.
D'ailleurs, le festival Lumière[50] n'a pas pour but la promotion d'un film, il a un but éducatif majeur. L'objectif est de donner envie aux jeunes d'aller au cinéma, de visionner des films classiques et de le faire non plus de chez eux mais dans les salles.
Un lien doit être fait entre le cinéma et l'apprentissage.
La réforme des rythmes scolaires peut être l'occasion de renforcer la place du cinéma.

L'approche dans le décryptage de l'image doit être attractive et ludique sans sacrifier le contexte artistique, historique, politique…
L'Institut Lumière est en soi un lieu de transmission éducative. **La ferveur et la pratique collective sont des éléments essentiels de la médiation culturelle.** Il s'agit de sortir du cercle fermé des cinéphiles pour aller vers une volonté de démocratiser le cinéma.

L'Institut Lumière

L'Institut Lumière, basé à Lyon et créé en 1982, est constitué notamment d'un musée, d'un centre de projection et d'édition. Présidé par Bertrand Tavernier, dirigé par Thierry Frémaux, il est installé au cœur de Montplaisir, rue du premier film, quartier historique de Lyon où les frères Lumière ont conçu leur Cinématographe. À la fois musée et cinémathèque, il est une véritable "maison du cinéma". L'objectif de l'Institut est de mettre l'histoire du cinéma à l'honneur, le cinéma étant en lien avec les questions sociales et territoriales.

Deux missions principales :

- la conservation du patrimoine Lumière (films, livres, photos, affiches, appareils de cinéma et de pré-cinéma),
- les activités artistiques de diffusion et d'éducation (projections de films, expositions, édition, formation).

Parmi ces activités de diffusion, l'Institut Lumière organise depuis 2009 un « festival Lumière » qui allie culture, économie et lien social.

- ***L'exemple de L'équipée***[51]

C'est une association pédagogique et culturelle dont le but est d'établir une passerelle entre les publics et les professionnels, pour accueillir le public et aller à sa rencontre.
L'association travaille aussi beaucoup en direction du public scolaire, en partenariat avec les collectivités territoriales.

[48] www.institut-lumière.org
[49] Voir le point 1.2.1

[51] www.lequipee.com

L'association organise aussi un accueil des enfants, « l'école du spectateur », en leur proposant un programme varié. Devant le succès de ces initiatives, des formations ont aussi été organisées pour les adultes.
L'association intervient aussi dans les prisons et les hôpitaux.
De nombreuses animations sont organisées : journées découvertes, rencontres avec des professionnels, Master Class (ex : musique de jeux vidéos), marathon de cinéma d'animation sur tablette, organisation d'un festival (le festival d'un jour qui dure 6 jours…) …
L'association organise aussi des journées de formation, par exemple le personnel médical à monté << un projet autour de l'image pour leurs patients handicapés, ou des malades bipolaires qui ont voulu porter eux-mêmes leur projet : « être dans le faire, pas seulement dans le montrer ». Le processus et la démarche sont aussi importants que le résultat.

- ***L'exemple de Folimage[52]***

Au-delà de leur activité de réalisation/production très florissante[53] d'un point de vue qualitatif comme quantitatif, la médiation culturelle fait aussi partie de leurs préoccupations.

- ***L'exemple «Les écrans »[54]***

C'est un réseau de salles de cinéma dans la Drôme dont l'un des objectifs est de maintenir un parc de salles sur l'ensemble du territoire. Le réseau a pour projet de s'investir dans le dispositif « Collèges au cinéma ».
Le passage au numérique a facilité la mise en réseau des films et leur circulation et l'organisation de conférences avec des intervenants qui présentent les films. Il ne faut pas oublier que le matériel numérique a une durée de vie moyenne de 5 ans, et qu'il faut déjà songer à le renouveler. Se posera donc la question du financement du renouvellement du matériel.
L'éducation à l'image est essentielle pour former le public de demain sur des films que les jeunes n'iraient pas voir seuls. L'accompagnement doit être qualitatif et actif. Ex : un concours de critiques ciné.

Il faut aussi accompagner en termes de formation les bénévoles, qui sont très présents dans les cinémas d'Art et Essai. Ex : comment animer un débat, formation sur les techniques de diffusion, comment on communique sur son propre écran…

- ***L'exemple du pôle régional d'éducation à l'image***

En région Rhône-Alpes, le **Lux, [55]scène nationale de Valence**; remplit le rôle de pôle régional d'éducation à l'image, qui se décline à travers différentes missions :

. animer le réseau des partenaires éducatifs, culturels et artistiques à l'échelle régionale ;
. être un centre de ressource et de documentation régional ;
. coordonner et développer la formation des professionnels, des médiateurs et des animateurs de quartiers.

Le Lux organise les Assises régionales de l'éducation aux images.
La DRAC Rhône-Alpes soutient le Lux pour ses missions de pôle régional d'éducation à l'image à hauteur de 35 000€.

- ***Des dispositifs d'éducation à l'image hors temps scolaire***

. Au plan national

[52] Auditionné lors de la journée d'études de la commission 7 du CESER le 2 octobre 2014.
Source : *http://www.folimage.fr*
[54] *http://lux-valence.com*
[55] *www.lux_valence.com*

Depuis 1991, l'opération **Passeurs d'images**[56] consiste en la mise en place, hors temps scolaire, de projets d'action culturelle cinématographique et audiovisuelle en direction des publics, prioritairement les jeunes, qui, pour des raisons sociales, géographiques ou culturelles, sont éloignés d'un environnement de pratiques culturelles et d'une offre cinématographique et audiovisuelle.

Passeurs d'images, coordonné par l'association Kyrnéa International, est né d'un partenariat entre le Ministère de la Culture, de la Jeunesse et de la Ville, le CNC et l'ACSE (Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances).

Ce dispositif national mobilise sur le long terme tous les partenaires d'un même territoire : les différents services de l'Etat, les collectivités territoriales et les professionnels du cinéma.

Passeurs d'images allie deux actions complémentaires

- ✓ **le voir et le faire, la diffusion et la pratique.**

Il répond à des objectifs précis :

. meilleur accès aux pratiques cinématographiques,
. éducation à l'image,
. sensibilisation à la diversité culturelle,
. lutte contre les discriminations.

- ✓ **Passeurs d'images s'articule autour de plusieurs types d'actions :**

. ateliers de pratiques audiovisuelles et cinématographiques (programmation, réalisation...),
. projections de films sur grand écran,
. séances de rencontres autour d'un film ou d'une thématique animées par le réalisateur ou un intervenant spécialisé.

Coordonné au niveau régional par l'ACRIRA 24 villes sont inscrites dans le dispositif Passeurs d'images en Rhône-Alpes, qui se décline sous différentes activités : séances spéciales avec un intervenant, séances en plein air, ateliers de pratiques cinématographiques, formations destinées aux médiateurs socioculturels, rencontres régionales.

. Au plan local

Beaucoup de cinémas de proximité sont très actifs dans ce domaine. C'est le cas par exemple du cinéma l'Horloge à Meximieux qui propose des actions soutenues en direction des établissements scolaires. Les écoles viennent au cinéma, après que les enseignants aient choisi un film lors d'une réunion préalable avec les médiateurs. **Ce type d'initiative pourrait être étendu aux centres de loisirs.**
Le cinéma fournit des dossiers pédagogiques qui sont mis en ligne dans la rubrique enseignants. Un accueil des enfants est prévu avec une discussion sur ce qu'ils connaissent du film… Ce n'est pas une séance classique : les élèves doivent avoir une lecture active du film avant et après sa diffusion.
Une médiation réussie est souvent le fruit d'un partenariat fructueux, malheureusement confronté **souvent à des tracas d'ordre administratif.**

[56] www.passeursdimage.fr

C'est le cas par exemple du partenariat entre le cinéma l'Horloge de Meximieux et la mission locale où il a été proposé à un groupe de jeunes d'organiser un évènement de A à Z : du choix du film jusqu'à la fabrication de l'affiche, la communication auprès de la presse, la distribution des tracts. On leur a appris la projection et la tenue d'une caisse… pour qu'ils soient en situation d'apprentissage et d'emploi.

Sont apparues des difficultés à travailler en partenariat avec la structure qui s'impliquait mais qui n'avait pas les moyens financiers. Seul le cinéma l'Horloge avait la subvention. En effet, ce partenariat n'est pas envisagé dans les cahiers des charges des attributions d'aides.

La médiation culturelle peut s'entendre aussi à travers du cinéma non professionnel, en faisant notamment participer les plus jeunes. C'est par exemple le projet que nous a exposé la Commission Départementale de l'Accueil des Jeunes Enfants de l'Ardèche[57]. C'est un exemple pertinent d'initiative partagée entre différents acteurs locaux, publics et privés, (CAF, Département, Familles rurales, crèches, centre de loisirs), avec une coordination par la commission départementale de l'accueil des jeunes enfants, pour mettre en place une démarche de médiation culturelle en lien avec le cinéma et la vidéo. Il s'agit de favoriser les échanges locaux, les liens entre les structures petite enfance/enfance/jeunesse du territoire au travers de la sensibilisation à la vidéo et au cinéma, pour créer du lien entre les générations, petite enfance, enfance, jeunesse et personnes âgées.

Ce type de projet permet de découvrir les ressources cinématographiques locales comme le Festival du premier film d'Annonay auquel les jeunes étaient associés. Mais il permet aussi d'acquérir du savoir faire et du savoir être… ce qui répond bien à la vision participative de la médiation culturelle.

C'est un projet en phase avec une démarche d'innovation sociale, avec une recherche d'efficience et de sens sur le territoire. C'est aussi un projet qui a permis de mieux structurer des politiques locales territoriales à l'échelle des communautés de communes, en agissant sur les thèmes de la jeunesse, de la parentalité, de l'animation, de la vie sociale…aussi dans une optique de guichet unique d'octroi de subventions.

C'est une forme de médiation culturelle qui mériterait d'être valorisée et reproduite.

Cela permet de créer du lien, des passerelles entre les différents acteurs et les enfants, connexion entre la culture et la petite enfance.

La culture ne doit pas se traduire qu'en termes de contenu, mais aussi de participation.

Il faudrait que les financeurs prennent en considération ces difficultés administratives pour mieux prendre en compte les partenariats.

Pourtant, le lien entre les structures est essentiel pour faire vivre le cinéma. Du partenariat avec l'association sportive de vélo lors d'un film sur le Tour de France par exemple, aux rencontres dans les établissements scolaires, de santé, de retraite…les actions de médiation culturelle peuvent se multiplier si elles sont soutenues.

- **<u>La prise en considération des intérêts culturels des jeunes pour une médiation réussie</u>**

La culture populaire (rap, slam) est entrée dans les enseignements. La mission de l'Education Nationale est de raccrocher par la « pédagogie du détour » les formes différentes de culture en partant par exemple du slam pour aller vers un compositeur classique. **Les études sociologiques montrent que les politiques culturelles creusent les écarts entre les élèves plutôt que de resserrer les liens entre eux et lutter contre les inégalités.** Il est important de travailler cette question comme nous l'a expliqué T. Legon[58].

Selon lui, même s'il y a une hiérarchie des cultures, il ne faut pas faire de la mono culture.
Les professeurs sont dans une situation privilégiée pour la transmission de la culture et pour conduire les jeunes dans des lieux culturels. La réussite est souvent liée à la personnalité et à l''implication du professeur.

Idée
Les jeunes de ces formations/options pourraient venir dans les écoles pour animer un temps extra scolaire lié à la reforme de l'école…

[57] Mme Dallard auditionnée le 07/05/2015

[58] Op.cit.

L'éducation est primordiale pour apprécier la culture.
La transmission des enfants vers les parents est aussi intéressante en matière de médiation culturelle. Elle favorise les relations intergénérationnelles…
La médiation culturelle doit apporter le plaisir dans la relation à l'œuvre. Or, l'action culturelle n'explicite jamais son objectif, qui lui-même n'est pas toujours très clair. Les malentendus sont la norme. On accepte la médiation à titre éducatif, sans forcément associer la notion de plaisir.
Au final, il existe peu de vraie démocratie culturelle, peu de dispositifs, mais plus de démocratisation culturelle, avec une sélection arbitraire de ce qui est bien.

Le mythe de planter la graine

Devant le constat que les actions de médiation ne donnent pas les résultats escomptés, on peut faire un apparent constat d'échec. Mais la graine plantée, l'envie de découvrir viendra plus tard, même si rien n'a été observé sur le moment.

On peut constater un manque de réflexions sur les actions de médiation qui pourraient accompagner de manière ludique la démocratie culturelle. **Comment lier médiation, éducation et plaisir ?** (T. Legon).

A ne pas occulter : l'initiation à la culture se fait aussi par la pratique.

➢ ***Quelles sont les nouvelles actions pour réinventer la médiation culturelle qui seraient les plus efficaces, les plus appropriées au monde d'aujourd'hui, un monde où l'attention est vite détournée, notamment par de nouveaux usages, générant de nouvelles pratiques… ?***

2.2.2 Des nouvelles pratiques à prendre en considération

Les nouveaux usages et les nouvelles technologies peuvent être des chemins de complémentarité avec les autres modes de consommation plus classiques ou traditionnels de l'image. Il faut en tenir compte et ne pas nier un phénomène prégnant par ignorance générationnelle.

- **<u>Le film sur un support différent</u>**

Il ne faut pas nager à contre-courant mais faire percevoir aux jeunes utilisateurs les limites de ces outils en les accompagnants et non pas en s'opposant frontalement à ces usages.

M. JF Marguerin, DRAC

Les nouvelles technologies bouleversent les usages et les habitudes, que ce soit en termes de *supports, de temps (VOD) et de lieu (train, voiture, avion, domicile…).*
Même si jusqu'à présent, la fréquentation des salles de cinéma n'a pas été touchée par l'essor de la vidéo à la demande et du téléchargement le monde du cinéma doit sans cesse innover.
L'Institut Lumière par exemple tente de s'adapter aux nouvelles technologies en occupant les réseaux sociaux, en créant des vidéos sur « You tube » et en alimentant régulièrement son site internet. Toutefois, cette utilisation des NTIC ne concerne que la communication, non la diffusion.

Ces nouveaux usages doivent aussi être envisagés sous le prisme du financement du cinéma. Il repose pour partie sur les recettes des chaînes de TV qui financent le cinéma. Le financement du cinéma devrait s'opérer aussi à partir des nouveaux médias. Pour l'instant, ce sont des pratiques complémentaires, non substituables, il faut donc juste être vigilant sur le financement.

Le CNC, les éditeurs de vidéo à la demande (VàD) et de vidéo à la demande sur abonnement (VàDA) et les principaux médias cinéma/séries s'associent pour proposer de manière claire, simplifiée et rapide un accès à la totalité de l'offre légale en France[59].
Le CESER ne rentrera pas dans le débat sur la chronologie des médias. Mais il est évident que le monde du cinéma ne doit pas ignorer les bouleversements en cours et, partant, il doit anticiper les effets des pratiques amenées par le haut débit.
Un nouveau modèle économique est sans doute à inventer, pour tenir compte à la fois des besoins du cinéma, mais aussi des pratiques des cinéphiles, en lien avec l'ouverture que permet Internet.

- **Les nouvelles technologies au service du film**

Les nouvelles technologies permettent d'améliorer la qualité du film[60].

Il semble donc nécessaire d'innover dans les salles de cinéma d'un point de vue technologique, malgré le coût que cela représente.

D'après le Directeur des Pathé Lyon, Pathé est le 1er réseau de salles à proposer un billet dématérialisé. Le e-billet peut être acheté sur le site internet des cinémas ou sur l'application mobile STEVEN. Le spectateur évite les files d'attente et passe directement au point de contrôle. Il prépare sa séance avant de partir et peut imprimer son billet ou garder le QR Code sur son Smartphone. Il n'a pas de retrait en borne ou en caisse et il a la possibilité d'annuler la séance jusqu'à 15 minutes avant.

Les évolutions des salles ont commencé, il reste qu'elles sont l'apanage des grands groupes, qui en ont les moyens.

Des idées de médiation culturelle qui ne nécessitent pas un équipement trop onéreux pourraient cependant être développées.

Par exemple, des soirées appelées « digital stories » ont été impulsées il y a quelques années à Lille par l'association Rencontres Audiovisuelles. L'idée de ces soirées repose sur la diffusion de web documentaires (et autres vidéos interactives) dans les salles. Chaque film propose des chemins alternatifs et les spectateurs sont invités à décider de la direction de l'histoire à l'aide d'un pointeur laser. Ces séances, à la frontière entre cinéma et jeu vidéo, rendent le spectateur actif en proposant une nouvelle forme d'expérience collective[61].

Si la survie des salles doit passer par les améliorations technologiques, il convient d'anticiper les besoins des salles de proximité qui n'auront pas les moyens de s'équiper seules.
Tous les cinémas ne peuvent pas aller dans une course à l'équipement (ex : 4D, 5D). Cela coûte trop cher et, pourtant, leur avenir pourrait en dépendre.

L'adaptation aux nouveaux modes de consommations et donc aux nouveaux marchés reste un enjeu majeur. Il faut trouver un modèle économique viable, pérenne et flexible, notamment pour les salles de proximité.
La Société évolue, le cinéma doit s'adapter. Le cinéma doit travailler à garder une vraie valeur ajoutée.

---

[59] *http://vad.cnc.fr/*

[60] Par exemple : projection numérique 4K, projection HFR (High Frame Rate), son numérique 7.1 ou son Dolby Atmos, qui multiplie les effets de spatialisation sonores, les Cinémas Gaumont Pathé sont équipés des toutes dernières technologies numériques les plus innovantes, qui assurent aux spectateurs une expérience cinématographique exceptionnelle. Les écrans sont IMAX® et IMAX 3D ®, à savoir de très grande taille tout en étant plus proche des spectateurs, le spectateur est littéralement immergé au cœur du film. - D-BOX : 1er fauteuil qui vit au rythme du film (lancement à Lyon Vaise pour la mi-janvier 2015). La configuration des salles Gaumont et Pathé, avec leur inclinaison, offre une vision parfaite de l'écran, l'espacement entre les rangées permet de s'installer confortablement et de circuler facilement.

[61] Source : *http://tourdescinemas.fr/boite-a-idees/medias-alternatifs/*

Les nouvelles technologies peuvent avoir un aspect créatif. Par exemple, beaucoup d'œuvres sont diffusées sur le web de manière indépendante.
C'est aussi une manière d'accéder à l'image (ex : film amateur avec un Smartphone).

➢ ***La transmission, ce n'est pas que l'éducation ou les nouvelles pratiques, c'est aussi la conservation du patrimoine.***

2.2.3 La transmission et l'échange à travers la conservation du patrimoine

Il faut rappeler l'importance de la transmission, tout en veillant à rappeler que le cinéma n'est pas qu'un vecteur de valeur mais aussi un divertissement.

La transmission est intergénérationnelle : éducation familiale, transmission par la diffusion de films anciens (cinémathèque, Institut Lumière, restauration de films, conservation des anciens matériels utilisés). La transmission peut aussi passer par l'informatique.

C'est une problématique qui se pose en amont pour permettre l'éducation grâce aux films anciens et en aval pour que les films d'aujourd'hui puissent être conservés longtemps.

L'Institut Lumière et les cinémathèques dont c'est le rôle construisent un véritable partenariat pour une meilleure valorisation culturelle et ethnologique. Par exemple, c'est le cas pour l'accompagnement de la cinémathèque de Saint-Etienne.

En préalable à toute transmission et médiation se pose la question du répertoire disponible, et donc de la conservation, la restauration ainsi que la diffusion et la distribution des films. La conservation et la diffusion des œuvres du patrimoine garantissent en effet la diversité du cinéma, sa compréhension, son inscription dans un temps long. Au-delà d'une simple consommation « immédiate » d'un produit destiné à divertir, au-delà de l'éducation à l'image, elles inscrivent le cinéma dans les dimensions artistiques et culturelles qui sont les siennes. L'enjeu de la diversité du répertoire est donc essentiel, ainsi que l'accessibilité de cette diversité pour tous les publics.
Plus largement, la compréhension du cinéma comme art et culture passe par la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique entendu dans son ensemble : film et « non-film » (patrimoine technique mais aussi historique, archives, documents, costumes, décors…).

- **<u>La conservation du patrimoine cinématographique</u>**

La notion de film de patrimoine renvoie, selon les dispositifs, aux films du XXe siècle ou de plus de 20 ans. Il s'agit en principe de films sortis en salle. Outre le CNC et la cinémathèque française, plusieurs institutions de Rhône-Alpes jouent un rôle important en matière de collecte, de conservation, de restauration et de numérisation des films de patrimoine, comme l'Institut Lumière, les Cinémathèques de Grenoble et de Saint-Etienne. Ces institutions développent également des actions en termes de conservation du patrimoine « non film ». Certaines d'entre elles collectent enfin des films inédits, amateurs ou professionnels, pour constituer une mémoire audiovisuelle du territoire : c'est le cas également de la Cinémathèque des pays de Savoie et de l'Ain.
Si la dimension économique de ces actions peut être importante, notamment pour les restaurations au regard du marché du film, il faut noter la diversité et la fragilité du statut de ces institutions, souvent associatives. Par ailleurs, si de nombreuses actions de valorisation du cinéma de patrimoine sont mises en œuvre sur le territoire, l'accès au patrimoine du cinéma « non film » est plus restreint, malgré de notables exceptions. Or, c'est un outil essentiel pour comprendre le cinéma, au-delà de la simple lecture d'image.

L'Institut Lumière est détenteur d'un patrimoine et d'une collection importants : des appareils, des films, des objets, des photos sont stockés à la cinémathèque. Cependant, l'Institut ne cesse ses efforts en continuant à avoir une politique d'acquisition et de restauration très importante.

Au printemps 2015, une exposition Lumière a été organisée à Paris, avec une tournée internationale, événement qui ne fait que confirmer l'implication de l'Institut pour permettre l'accessibilité de tous à ce patrimoine. A noter que Lyon et les grandes villes rhônalpines manquent de lieux d'exposition autour du cinéma et de la photo.

- **Valorisation, diffusion et médiation**

Le développement du numérique crée aujourd'hui un environnement favorable et à la diffusion et la programmation des films de patrimoine. En lien avec les distributeurs spécialisés, l'ADRC (Association pour le Développement Régional du Cinéma) et l'AFCAE (Association Française du Cinéma d'Art et Essai, avec le label « répertoire et patrimoine ») jouent un rôle important pour la diffusion et la valorisation de ces œuvres.
La sensibilisation des professionnels et l'accompagnement des exploitants de salle sont une dimension majeure de prise en compte pour favoriser la diversité de la programmation sur l'ensemble du territoire, ainsi que pour permettre de construire de véritables expériences autour des films (conférences, animations…).

L'interculturalité, la présentation d'expositions autour de films ou les partenariats avec d'autres lieux culturels sont de bonnes façons de restituer à la projection d'un film une dimension d'événement.
Les cinémathèques représentent aussi des références en termes de médiation autour des films de patrimoine, tout comme les festivals (au premier rang desquels le Festival Lumière) ou les dispositifs prévus dans le cadre de l'éducation artistique et culturelle.

Aujourd'hui les nouveaux supports disponibles permettent une transmission des œuvres du patrimoine, une sensibilisation et une éducation à l'histoire du cinéma, en dehors des salles. Loin de constituer un danger, ils favorisent ainsi l'appétence pour un répertoire large qui se traduit par une augmentation importante des programmations patrimoniales dans les salles.

En lumière… entre éducation à l'image et transmission

Parce que le cinéma participe à l'éducation et au développement personnel…

✓ **Dans les établissements scolaires et les autres structures éducatives**

. Favoriser la médiation culturelle dans les programmes scolaires, avec l'accompagnement des collectivités territoriales ou EPCI.

. Mettre en lien cinéma, nouveaux rythmes scolaires et périscolaires. Du sens peut être redonné à l'apprentissage par exemple. L'éducation artistique doit valoriser le cinéma et être solidaire d'autres modes culturels, peut-être en les mixant.

. Soutenir les actions de médiation culturelle dans l'extra scolaire (vie associative, MJC, centres sociaux, centres de loisirs…).

. Développer les partenariats entre les différents acteurs : famille, Rectorat, Collectivités locales, associations… et salles de cinéma.

✓ **Les nouveaux usages**

. Assurer une continuité entre les nouveaux usages et la salle de cinéma.

. Encourager les innovations technologiques (5D, Imax, tablette, hologrammes…) dans les salles pour que les jeunes continuent à avoir envie d'aller au cinéma.

. Étendre les e-billets en complément des moyens de paiement habituels, les applications Smartphone, notamment pour éviter de trop longues files d'attente.

✓ **Le patrimoine**

. Soutenir les actions de sauvegarde et de diffusion du patrimoine cinématographique (films et non films).

En lumière… pour une production et une diffusion diversifiées, de qualité et de proximité

Pour des petites salles de projection soutenues, notamment pour leurs actions de médiation culturelle, au cœur du tissu social, associatif et économique de la collectivité, dans une complémentarité avec l'activité des multiplexes.

✓ Autour des aides financières pour la production

. Amplifier les orientations des politiques publiques d'aides vers l'accompagnement, le soutien financier et logistique, la simplification des dossiers, le lien entre information et action.

. Développer des dispositifs pour les nouveaux producteurs afin de mieux les accompagner, les dispositifs existants soutiennent plus les producteurs reconnus.

. Créer un guichet unique pour les aides et alléger les dossiers chronophages et difficiles à monter.

. Continuer à soutenir la filière animation, fleuron de la production rhônalpine.

✓ Autour de la formation et de l'emploi

. Articuler bénévolat et emploi salarié

. Soutenir des nouveaux métiers : celui de médiateur culturel ou encore de programmateur, informaticien-projectionniste, pour que le secteur ne fasse pas appel seulement à des apprentis, étudiants ou bénévoles, en pérennisant et créant des postes.

✓ Autour des bénévoles

. Faciliter la coopération de « bénévoles mobiles » pour les petites salles de projection en encourageant la mutualisation des compétences et les partenariats entre les structures.

✓ Autour du coût des nouvelles technologies

. Alléger le système de distribution des copies : une petite salle de projection devrait pouvoir bénéficier d'un film grand public dès la première semaine de sortie. Les contraintes techniques ne justifient plus cette régulation du nombre des copies. Les petites salles de projection n'étant pas une réelle concurrence pour les multiplexes, pourquoi ne pas tirer plus de copies et leur permettre un accès privilégié sans pour autant que ce soit au détriment des multiplexes ? La dématérialisation devrait le favoriser. En l'espèce, le volet culturel devrait l'emporter sur le volet économique, les conséquences financières n'étant probablement pas très importantes pour les grands groupes mais une question de survie pour les petites salles qui s'inscrivent dans une démarche sociale et culturelle.

. Il pourrait être envisagé la mise en place d'une structure institutionnalisée de développement (type groupement d'achat) en région, pour le cinéma, afin d'aider les petites salles de diffusion à obtenir des films, sur le modèle de petites expériences locales en vigueur.

. Maintenir l'accompagnement sur le renouvellement du matériel numérique, suivre les mutations technologiques, notamment pour les salles qui font des actions de médiation culturelle, pour contrer l'obsolescence rapide de ce matériel.

✓ Autour des familles

. Proposer un équivalent de l'avantage cinéma de la carte M'RA aux écoliers et collégiens : les cinémas de proximité souffrent d'un déficit d'image auprès des jeunes. Leur donner des incitations pour aller dans ces cinémas de quartier avec leur famille dès le plus jeune âge pourrait aider à redorer l'image des cinémas de proximité.

En lumière…
pour un environnement attractif et festif…

Aller voir un film… aller voir des films… aller au cinéma…

✓ Autour du film

. Soutenir et faire connaître les évènements organisés : les expos, débats, invitations, ateliers pour enfants…

. Développer des actions de médiation culturelle participatives créatives et interactives : trouver des actions de médiation culturelle qui rendent le jeune actif. Ex : créer une radio interne au cinéma et inviter les jeunes à venir échanger sur la programmation.

✓ Autour du prix

. Développer les partenariats avec les transports en commun pour que le transport ne soit pas un obstacle à la sortie cinéma.

. Favoriser des partenariats parkings, commerces… et cinéma.

. Communiquer autour des dispositifs générant une baisse des prix comme les fêtes du cinéma, abonnement…

. Assurer la gratuité des actions de médiation culturelle entourant la diffusion des films.

✓ Autour des festivals

. Etendre les actions des grands festivals sur tout le territoire rhônalpin. Le festival, type festival Lumière est un moyen de médiation qui pourrait être reproduit.

. Permettre aux différents acteurs en lien avec le cinéma d'avoir un rayonnement culturel et éducatif plus important, d'être plus vus, plus connus de tous les rhônalpins. Mettre en lumière et reproduire les bonnes pratiques, sur d'autres territoires, avec d'autres évènements.

. Réfléchir sur une étude économique poussée pour mesurer les retombées économiques et touristiques d'un tel évènement. Lyon, berceau du cinéma, devrait davantage valoriser d'un point de vue touristique cette caractéristique culturelle.

En lumière… pour les publics empêchés/éloignés

Parce que chacun doit pouvoir bénéficier du droit d'aller au cinéma ou de voir un film… quelle que soit sa situation…

✓ D'un point de vue territorial

. Permettre la réappropriation du cinéma par les collectivités locales ou les EPCI comme outil d'accès à la culture, le cinéma doit être une incitation à la culture. Le cinéma et la médiation culturelle sont finalement des outils peu onéreux pour tisser du lien social et créer une dynamique, un cercle vertueux social, économique, environnemental dans un quartier.

. Porter l'effort sur le transport, les coûts, l'accompagnement, l'aide aux associations / organismes qui interviennent (en prison ou hôpitaux par exemple) et qui ont peu de ressources et doivent faire face à des choix.

. Inciter les CCAS des communes à développer une action autour du cinéma et de la médiation culturelle.

. Développer des projections dans les salles polyvalentes permettrait d'aider à les faire vivre, car ce sont des maisons culturelles en lien avec le tissu local. Il faut cependant veiller aux bonnes conditions de projection.

. Définir des aides aux communes et associations qui mettraient en place des actions de médiation culturelle en lien avec le cinéma dans les salles polyvalentes (cofinancées par les régions).

. Sensibiliser les élus locaux à l'intérêt de la culture et de la médiation culturelle. Il pourrait être pertinent de suggérer l'organisation de colloques d'échanges et d'informations à destination des élus locaux pour communiquer sur l'intérêt de la médiation culturelle, peut-être en lien avec les CLD.

✓ D'un point de vue du handicap et des personnes âgées en perte d'autonomie

. Afficher une meilleure prise en charge de ces publics dans les cinémas (accueil, confort, considération, accessibilité, prise en charge, accompagnement, transport).

En lumière… entre éducation à l'image et transmission

Parce que le cinéma participe à l'éducation et au développement personnel…

✓ **Dans les établissements scolaires et les autres structures éducatives**

. Favoriser la médiation culturelle dans les programmes scolaires, avec l'accompagnement des collectivités territoriales ou EPCI.

. Mettre en lien cinéma et nouveaux rythmes scolaires, périscolaires. Du sens peut être redonné à l'apprentissage par exemple. L'éducation artistique doit valoriser le cinéma et être solidaire d'autres modes culturels, peut-être en les mixant.

. Soutenir les actions de médiation culturelle dans l'extra scolaire (vie associative, MJC, centres sociaux, centres de loisirs…).

. Développer les partenariats entre les différents acteurs : famille, Rectorat, Collectivités locales, associations… et salles de cinéma.

✓ **Les nouveaux usages**

. Assurer une continuité entre les nouveaux usages et la salle de cinéma.

. Encourager les innovations technologiques (5D, Imax, tablette, hologrammes…) dans les salles pour que les jeunes continuent à avoir envie d'aller au cinéma.

. Étendre les e-billets en complément des moyens de paiement habituels, les applications Smartphone, notamment pour éviter de trop longues files d'attente.

✓ **Le patrimoine**

. Soutenir les actions de sauvegarde et de diffusion du patrimoine cinématographique (films et non films).

Conclusion

La fréquentation des salles de cinéma n'a pas cessé de baisser depuis la fin des années 50 jusqu'au début des années 90. L'arrivée des multiplexes avec les « blockbusters » américains, ainsi que le dynamisme des cinémas de proximité qui ont su se renouveler, ont permis d'enrayer ce mouvement. Dans le même temps, le cinéma en salles a dû faire face à l'émergence et au développement de nouvelles formes de supports de diffusion utilisant les technologies modernes que les jeunes utilisent avec dextérité. La chronologie des médias en vigueur en France - les films sortent obligatoirement en salles avant d'être proposés sur d'autres supports - avantage certes la diffusion en salles mais elle ne protège toutefois pas du piratage.

Ces évolutions ont beaucoup touché les salles de proximité qui se sont dans l'ensemble remarquablement adaptées, même si un certain nombre d'entre elles ont disparu.
Comment ont-elles continuées à faire vivre et apprécier le cinéma, vecteurs de médiation, de culture et d'éducation, au service de l'intérêt général et du lien social ; sur tous les territoires en Région Rhône-Alpes ?

Elles ont su jouer d'une part de ce que le cinéma reste un loisir collectif - certains fréquentent les salles de cinéma pour voir le film qu'ils ont choisi (« voir un film), d'autres pour faire une sortie à plusieurs (« aller au cinéma ») - mais elles ont surtout renouvelé le rôle du cinéma au service de la médiation culturelle. Elles sont en effet particulièrement actives dans leurs fonctions :

- d'éducation auprès du public jeune à travers leur relation avec les institutions d'enseignement ou le tissu institutionnel et associatif ou encore du public des retraités ;
- d'ouverture sur le monde avec les festivals ;
- d'accès à la culture du public empêché ;
- de programmation large : des blockbusters au cinéma d'auteur afin d'assurer une pluralité de cinéphilies.

En outre, ces salles permettent d'atteindre le public sur l'ensemble du territoire de notre région par rapport aux multiplexes localisés dans les pôles urbains.

Les activités multiples de ces salles doivent beaucoup à leur organisation en réseau et au travail des bénévoles qui leur permettent d'exercer leur mission de médiation culturelle au service de la démocratisation de la culture.

Aussi la contribution du CESER Rhône-Alpes défend-elle la complémentarité des types de salles et l'aide aux salles de proximité sans laquelle elles ne pourraient pas assurer l'ensemble de leurs missions citoyennes. Les cinémas de proximité sont très dynamiques et inventifs en matière de médiation culturelle, enjeu essentiel de leur pérennité, mais ils s'épuisent dans la recherche de moyens. Au-delà de leur impact culturel et de médiation culturelle, ils sont un outil de lien social et participent à la dynamisation des territoires. Ce soutien aux salles se combine avec celui apporté à la production si développée en Rhône-Alpes et dont les retombées économiques sont importantes.

Pour autant ce modèle est à réinventer en permanence pour l'adapter aux nouvelles pratiques liées, entre autres, aux nouvelles technologies. Les liens entre cinéma, culture, innovation technologique, réalité économique des territoires et médiation culturelle doivent guider la continuité du soutien que nous demandons.

Annexes

Annexe 1
Fréquentation des salles de cinéma 68

Annexe 2
Le CNC 71

Annexe 3
Les festivals du cinéma en Rhône-Alpes 75

Annexe 4
La chronologie des médias 76

Annexe 5
Les lycées de spécialité cinéma-audiovisuel, source DRAC. 77

Annexe 6
Le cinéma en Rhône-Alpes 79

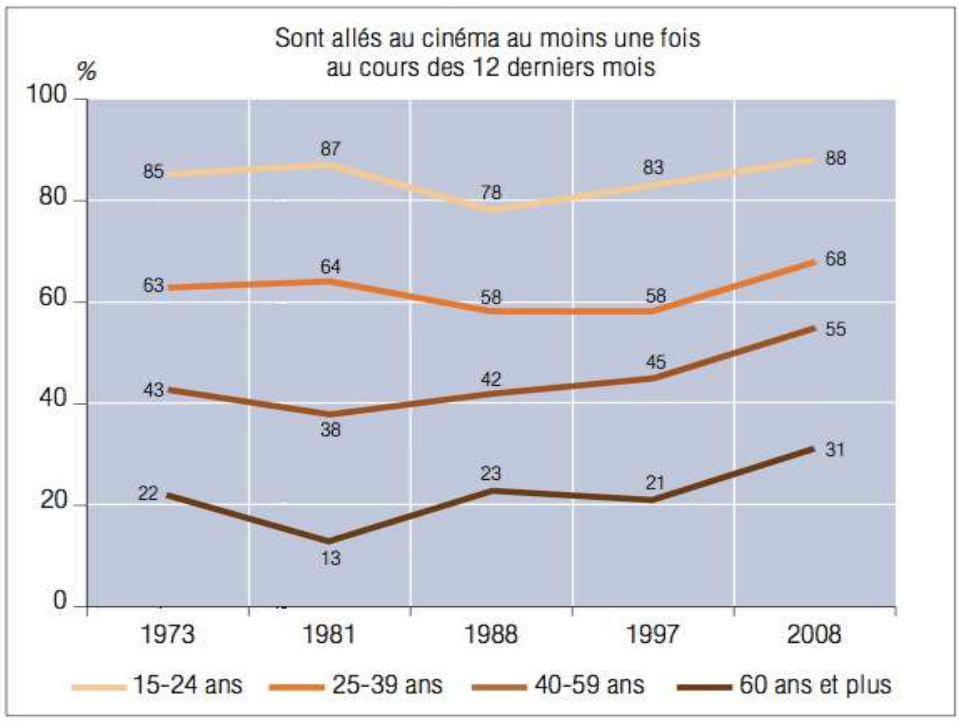
Annexe 7
Sondage sur la fréquentation des salles de cinéma en Rhône-Alpes 80

Annexe 1

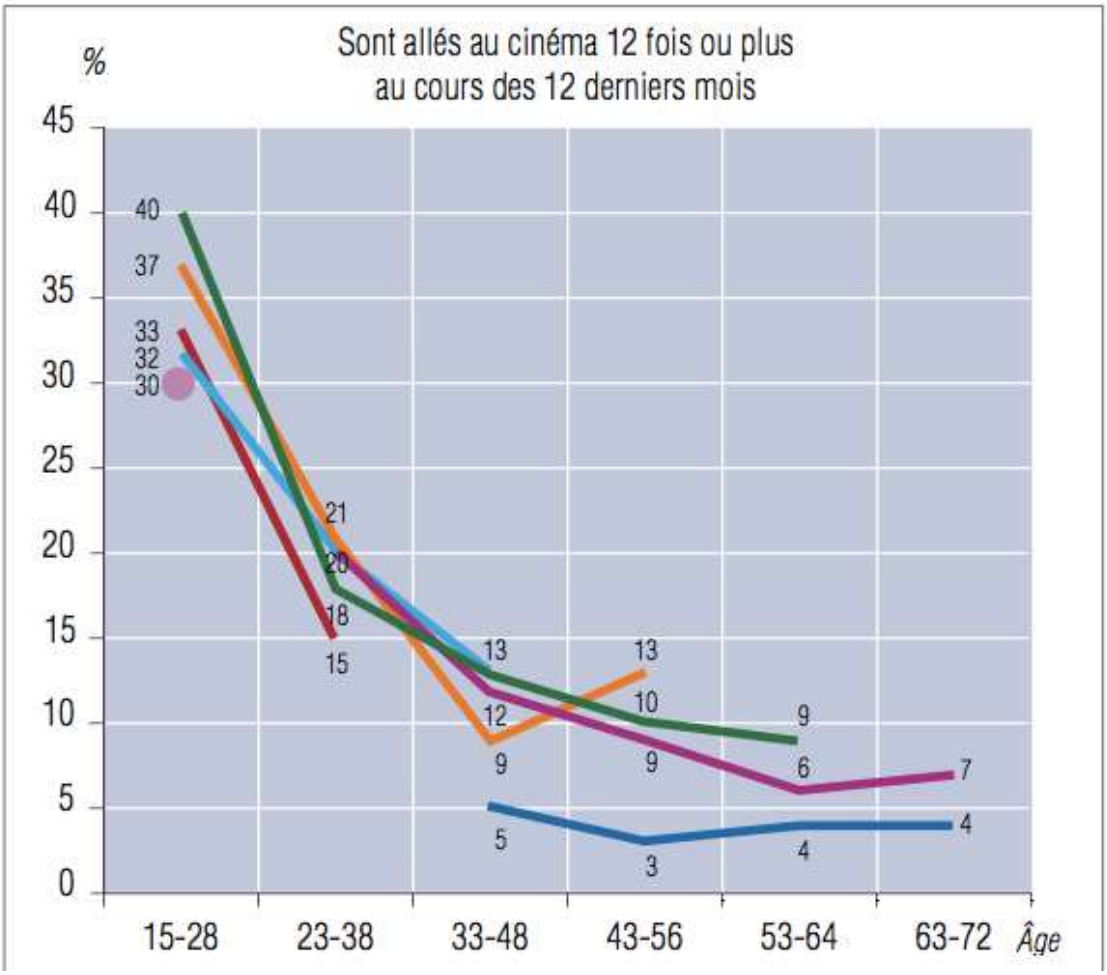
Fréquentation des salles de cinéma

Le cinéma hier comme aujourd'hui = une pratique typiquement juvénile.
Source, chiffres donnés par T. Legon lors de son audition au CESER, issus des enquêtes INSEE

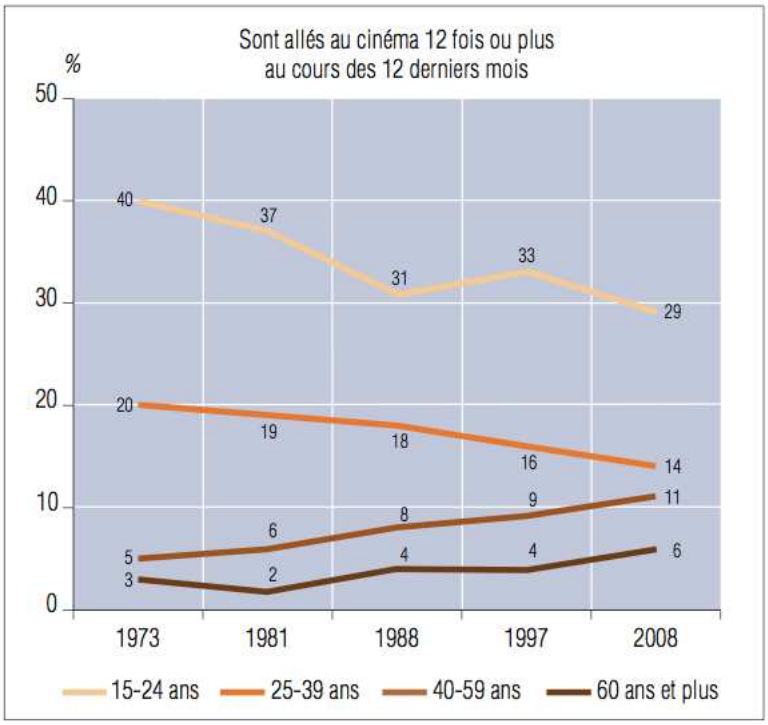
Graphique 20 – Fréquentation des salles de cinéma selon l'âge, 1973-2008



Graphique 22 – Fréquentation régulière des salles de cinéma selon la génération, 1973-2008



Graphique 21 – Fréquentation régulière des salles de cinéma selon l'âge, 1973-2008



Sur 100 personnes de chaque groupe (3 réponses possibles).	**Garçons** (386)	**Filles** (440)	**Classe Sup.** (240)	**Classe Moy.** (171)	**Classe Pop.** (288)
De l'action	65	43	36	53	63
Que les acteurs/actrices soient beaux/belles	21	17	14	20	23
Une histoire émouvante	9	43	26	26	31
Une histoire qui fasse réfléchir	36	40	48	38	34
Que le jeu des acteurs soit bon	49	54	60	52	42
Un réalisateur qui apporte un regard original dans l'histoire du cinéma	18	23	30	19	15
Une réalisation technique réussie / esthétique	28	28	32	29	24
Des gags	27	14	18	23	22

Enquête de T. Legon, sociologue

Annexe 2

Le CNC

Par M. Jean-François Marguerin, DRAC, auditionné au CESER le 6 mars 2014.

- **Budget et missions**
  - **<u>Budget</u>**

Le CNC gère le fonds de soutien au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia (700M€), financé pour l'essentiel par le produit de 3 taxes qui lui sont directement affectées :

. la Taxe Spéciale Additionnelle (TSA) qui correspond à 10,72 % du prix de chaque entrée : 134,2M€ - (19,1%) ;

. la Taxe sur les éditeurs et les distributeurs de service de télévisions (TST – 537,7M€ - 76,8%) : pour les éditeurs de service de télévision, la taxe est calculée en appliquant un taux de 5,5 % sur le chiffre d'affaires au-delà de 11M€ ; pour les distributeurs de service de télévision[62], la taxe est calculée au-delà de 10M€ de chiffre d'affaires de l'activité audiovisuelle, selon un barème progressif allant de 0,5 à 4,5 % ;

. la Taxe sur les ventes et locations de vidéo, qui correspond à 2 % du prix de vente : 28M€ - 4 % ;

. Autres : 0,05M€ - 0,1 %.

Ce fonds est construit sur le principe que tous ceux qui tirent profit, directement ou indirectement, de l'exploitation d'images animées doivent contribuer au financement de leur création. Il corrige ainsi par son action les imperfections du marché et valorise la créativité artistique.

Les missions du CNC : soutenir, réglementer, promouvoir et diffuser, coopérer, négocier, protéger.

  - **<u>Soutenir, protéger</u>**

. Hors frais de gestion du CNC (32,2M€ - 4,6%), les recettes du fonds de soutien, d'un montant de 667,8M€ (95,4%) sont reversées au profit d'aides automatiques et sélectives destinées à soutenir l'ensemble de l'industrie cinématographique, audiovisuelle et multimédia.):

. Cinéma (300,35M€ - 44,9 %) : dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides à la création, à la production, à la distribution de films, au court métrage, à l'exploitation, aux industries techniques, aux cinématographies en développement et à l'exportation du film français.

. Audiovisuel (275,09M€ - 41,1%) : les actions du CNC en faveur de l'industrie des programmes audiovisuels s'organisent autour des aides à la production de programmes (fiction, animation, documentaire de création, recréation et captation de spectacles vivants) destinés à l'ensemble des réseaux télévisuels (chaînes hertziennes nationales ou locales, chaînes diffusées par satellite, câble ADSL, etc.), à la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant, aux industries techniques de l'audiovisuel et à la promotion à l'étranger des programmes audiovisuels.

[62] Chaînes auto-distribuées, câblo-opérateurs, opérateurs satellitaires et opérateurs de télécommunications (FAI).

Dispositifs transversaux (87,16M€ - 13%) : dans le secteur des nouveaux médias, le CNC soutient la création et la production de contenus pour internet et les écrans mobiles et contribue au développement de projets destinés à plusieurs supports de diffusion. Dans le domaine du jeu vidéo, il accompagne les créateurs dans leurs démarches d'innovation, en partenariat avec le ministère en charge de l'industrie, et gère le crédit d'impôt pour les dépenses de création. Le CNC aide l'édition de vidéogrammes d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles à caractère culturel et favorise le développement du marché de la vidéo à la demande. Il joue à ce titre un rôle important en faveur du développement de l'offre légale. Il soutient l'utilisation des nouvelles technologies dans la création artistique contemporaine, en partenariat avec les directions concernées du ministère de la Culture et de la Communication. Le CNC soutient la recherche et l'innovation dans le cinéma, l'audiovisuel et le multimédia. Il accompagne les mutations du secteur des industries techniques liées au déploiement des technologies numériques en soutenant l'équipement, l'innovation et les travaux de ces entreprises. Il favorise également la prise de risque des producteurs recourant, dans le cadre de la production d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle, aux nouvelles technologies de l'image et du son, en particulier à la 3D relief.

Plan numérique (28,8M€ - 4,3%) : Numérisation des œuvres, diffusion et conservation numériques.

Depuis 1969, le CNC est chargé de la politique en faveur du patrimoine cinématographique. La Direction du patrimoine cinématographique couvre l'ensemble des actions de collecte, de conservation, de sauvegarde, de traitement physique et documentaire ainsi que la valorisation de ce patrimoine qui concerne le "film" et le "non film", soit l'ensemble des documents se rapportant au cinéma.

Initiatrice d'actions spécifiques en faveur du patrimoine cinématographique, la Direction du patrimoine cinématographique assure également la tutelle, le soutien financier et la coordination des grandes institutions patrimoniales consacrées au cinéma (Cinémathèque française, Bibliothèque du Film, Cinémathèque de Toulouse, Institut Lumière de Lyon).

La direction du patrimoine soutient tous types d'actions (initiatives culturelles, pédagogiques, de formation, de promotion) concernant ce patrimoine. Enfin, elle participe dans ce domaine à toutes les initiatives d'ordre international (coopération avec les archives étrangères, réflexion et évolution juridique en liaison avec les grandes organisations européennes, internationales - UNESCO, Union européenne, Conseil de l'Europe...).

Le CNC assume depuis la loi de 1992 la responsabilité du Dépôt légal des films sur support photochimique. A ce titre, les Archives françaises du film collectent, conservent, cataloguent et communiquent cette collection.

L'enrichissement des collections notamment dans le domaine du non film a été encouragé. Des crédits spécifiques ont été dégagés à cette fin pour permettre l'acquisition d'objets et de documents se rapportant à la cinématographie.

Grâce aux aides automatiques, chaque entreprise de la filière professionnelle de l'industrie cinématographique et audiovisuelle peut bénéficier d'un compte de soutien automatique, alimenté :

- Soit par les droits générés par un pourcentage de la taxe spéciale perçue sur le prix du billet d'entrée pour les salles de cinéma,

- soit par les bénéfices générés par la diffusion multisupport d'une œuvre pour les producteurs,

- soit par les recettes d'exploitation des films en salles pour les distributeurs de films.

Le soutien automatique du CNC récompense le succès, mutualise le risque, redistribue des ressources des « gros films » vers les « petits films », qui bénéficient par ailleurs d'aides sélectives (avance sur recettes, etc.), et permet l'investissement de la création à venir par le succès des œuvres antérieures.

– **Réglementer**

Le Centre national du cinéma et de l'image animée participe à l'étude et à l'élaboration de la réglementation et au contrôle de son application par les différents acteurs de l'industrie cinématographique, audiovisuelle, vidéo et multimédia.

Le CNC transmet régulièrement des projets de textes juridiques de nature législative ou réglementaire au ministère de la Culture et de la communication pour adapter les moyens de financement, les procédures d'aides et le contrôle des entreprises aux réalités d'un tissu industriel fortement perméable aux évolutions technologiques et économiques.

Adoptés et publiés, ces textes font l'objet d'un contrôle de leur application par les directions et services du CNC. Ceux-ci veillent à la régularité juridique des décisions individuelles prises, pour la plupart, au bénéfice des entreprises cinématographiques et audiovisuelles ainsi que les éditeurs vidéo.

Le CNC :

. étudie et élabore les textes législatifs et réglementaires relatifs au cinéma et aux autres arts et industries de l'image animée ;

. réunit la commission de classification des films et tient son secrétariat ;

. délivre les autorisations d'exercice aux exploitants d'établissements de spectacles cinématographiques ;

. encadre le secteur non commercial (notamment autorise les séances en plein air) ;

. délivre les agréments et autorisations nécessaires pour l'obtention du soutien financier ;

. délivre les agréments provisoires et définitifs pour les différents crédits d'impôt ;

. encadre la programmation des salles de cinéma ;

. contrôle les recettes d'exploitation en salles et des éditeurs vidéo ;

. instruit les demandes de dérogations au délai d'exploitation des œuvres cinématographiques en vidéo ;

. tient les registres de la cinématographie et de l'audiovisuel ;

. délivre les agréments des formules d'accès illimité au cinéma.

– **Promouvoir, diffuser**

Le CNC met en place une politique visant à favoriser la promotion et la diffusion des œuvres, ainsi que l'accès d'un large public grâce à un dispositif d'aides spécifiques concernant :

- la diffusion en salles : outre les aides économiques en faveur de l'exploitation, le CNC propose des aides sélectives à la création et à la modernisation des salles, à la modernisation des salles indépendantes parisiennes, au tirage de copies pour les petites et moyennes villes. Par ailleurs, des dispositifs particuliers, dont des aides à des associations, permettent de soutenir la diffusion du cinéma d'auteur et des cinématographies peu diffusées ;

- la diffusion non commerciale : outre le fonds documentaire d'Images de la culture, le CNC contribue également au financement d'associations qui assurent la diffusion d'œuvres à destination du secteur culturel ;

- le soutien aux manifestations nationales et internationales : des aides sont accordées aux festivals nationaux et internationaux présentant une dimension professionnelle en adéquation avec ses préoccupations, dont le plus célèbre est le Festival de Cannes. Le CNC aide l'association Carrefour des festivals qui coordonne les différentes informations relatives aux festivals. Le CNC participe également financièrement à l'organisation des grands prix nationaux (comme le Grand prix du meilleur scénariste ou le prix Sopadin). Les lauréats de chacun de ces prix bénéficient non seulement d'une dotation financière mais également d'une couverture médiatique.

Le CNC a aussi pour mission de contribuer à l'exportation et à la promotion du film et de l'audiovisuel français à l'étranger en liaison avec les autres ministères concernés, via notamment son soutien financier à UniFrance Film International et à TV France International.

– **Négocier**

La Direction des affaires européennes et internationales est chargée, en liaison avec les autres directions concernées du CNC et du Ministère de la culture et de la communication, de la définition et de la mise en œuvre de la politique multilatérale, qu'elle soit européenne (Union européenne, Conseil de l'Europe) ou internationale (OMC, OCDE, Unesco…) dans le secteur cinématographique et audiovisuel.

Elle est également chargée de l'analyse et du suivi de l'ensemble des sujets techniques et juridiques, qui sans traiter directement de l'audiovisuel, ont une incidence importante sur ce secteur.

Annexe 3

Quelques exemples de festivals du cinéma en Rhône-Alpes

http://www.festivals-connexion.com

Festival de l'Alpe d'Huez (38) : 14 au 18 janvier 2015

Un poing c'est court (69) : 16 au 24 janvier 2015

Festival des maudits films ; Grenoble (38) : 20 au 24 janvier 2015

Drôle d'endroit pour des rencontres ; Bron (69) : 27 au 31 janvier 2015

Festival international du 1er film ; Annonay (07) : 30 janvier au 9 février 2015

Ciné O'Clock ; Villeurbanne (69) : 31 janvier au 08 février 2015

Festival voir ensemble ; Grenoble (38) : 07 au 22 février 2015

Festi'vache ; Saint Martin en Haut (69) : 25 février au 03 mars 2015

The Ring ; Grenoble (38) : 03 au 07 mars 2015

Regard sur le cinéma Espagnol et Latino Américain ; Valence (26) : 04 au 14 mars 2015

Ecrans mixtes ; Lyon (69) : 04 au 10 mars 2015

Festival de cinéma Italien de Voiron ; (38) : 11 au 24 mars 2015

Festival d'un jour : Valence (26) : 16 au 21 mars 2015

16ème Biennale du cinéma espagnole ; Annecy (74) : 18 au 24 mars 2015

Rencontres autour des cinémas d'Afrique ; Saint Etienne (42) : 21 au 22 mars 2015

Festival Ciné Court Animé ; Roanne (42) : 23 au 29 mars 2015

Hors cadre 6ème rencontre cinéma et littérature : Vénissieux (69) : 03 au 05 avril 2015

Mets d'la wax ; Les Avanchers Valmorel (73) : 03 au 05 avril 2015

Festival Cinémas du sud ; Lyon (69) : 23 au 26 avril 2015

Festival de cinéma des 5 continents ; Pays de Gex (01) : 20 au 31 mai 2015

Festival international du film d'animation ; Annecy (74) : 15 au 20 juin 2015

Festival du film court en plein air ; Grenoble (38) ; 7 au 12 juillet 2015

Etats généraux du film documentaire ; Lussas (07) ; 16 au 22 août 2015

De l'écrit à l'écran ; Montélimar (26) : 15 au 20 septembre 2015

Festival du film de Saint Paul 3 châteaux (26) : 10 au 17 octobre 2015

Festival Lumière ; Lyon (69) : 12 au 18 octobre 2015

Festival du film d'animation pour la jeunesse ; Bourg en Bresse (01) : 17 au 21 octobre 2015

Festival du film court ; Villeurbanne (69) : 13 au 22 novembre 2015

Rencontres du film des résistances ; Thônes (74) : 9 au 18 novembre 2014

Rencontres du cinéma Italien de Grenoble ; (38) : 14 au 22 novembre 2015

Rencontres des cinémas d'Europe ; Aubenas (07) : 15 au 22 novembre 2015

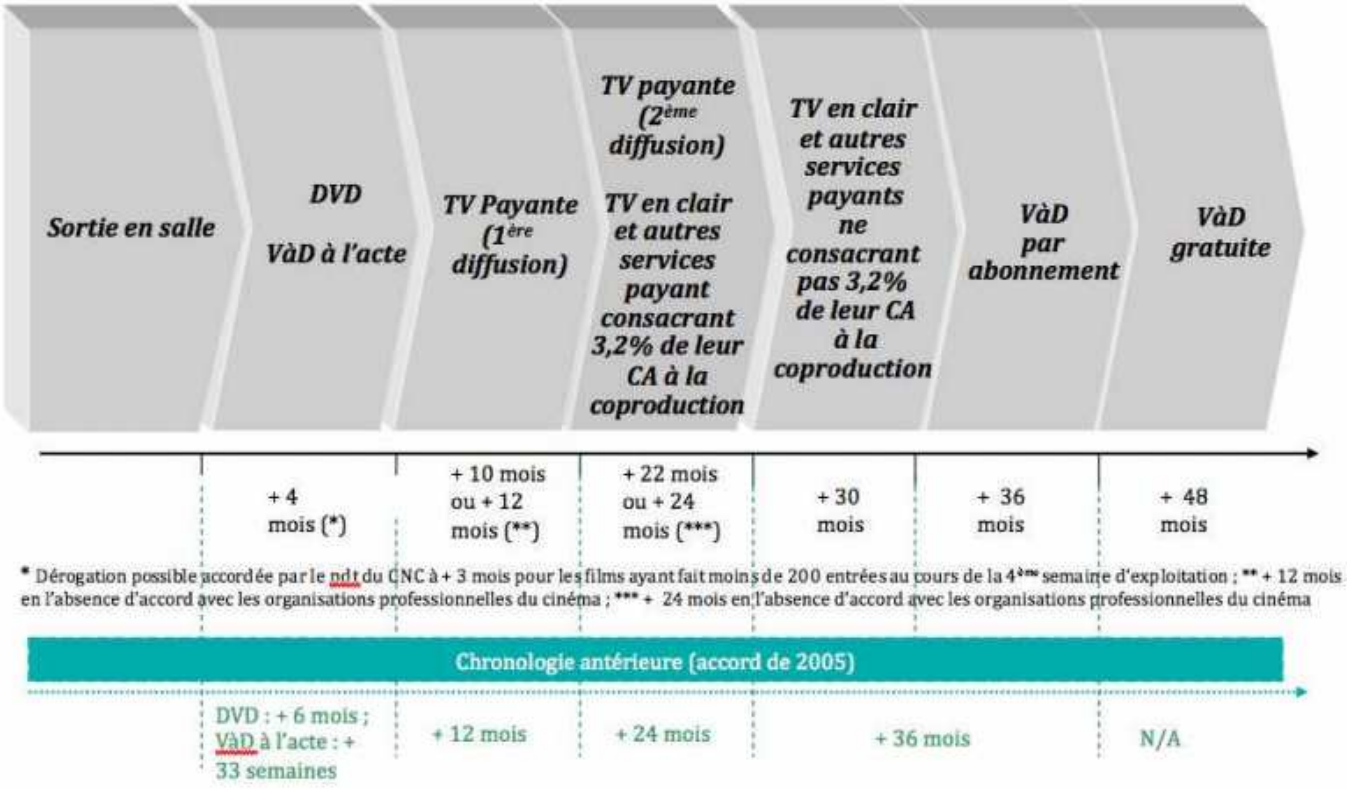
Festival du Film Nature et Environnement, Grenoble (38) : 26 au 28 novembre 2015

Festival international du film de montagne ; Autrans (38) : 2 au 6 décembre 2015

Annexe 4

La chronologie des médias

Figure 4 : Chronologie des médias en vigueur



Source : CNC

Annexe 5

Les lycées de spécialité cinéma-audiovisuel, source DRAC.

Dép.	Ville	Lycée	Structure	Montant
Académie de Lyon				
Ain	Trévoux	Val de Saône	Adecse (69)	7 200 €
Loire	Charlieu	Jérémie de Larue	Cinéma Les Halles	9 720 €
Loire	Saint-Etienne	Jean Monnet	Cinéma Le France	9 720 €
Rhône	Lyon	Lumière	Institut Lumière	9 900 €
Académie de Grenoble				
Drôme	Valence	Camille Vernet	Lux	9 720 €
Isère	La Côte-Saint-André	Sainte-Cécile	Cinémathèque de Grenoble	7 200 €
Isère	Villefontaine	Léonard de Vinci	Rhône-Alpes Cinéma	7 200 €
Savoie	Chambéry	Louis Armand	Forum Cinéma	7 200 €
Haute-Savoie	Thônes	Saint-Joseph	CDPC	9 100 €
Haute-Savoie	Annecy	Gabriel Fauré	CDPC	9 000 €
TOTAL				**85 960 €**

Dép.	Ville	Structure	Montant
Ecole et cinéma			
Ain	Oyonnax	Oyonnax	4 000 €
Ardèche	Aubenas	Cinéma Le Navire	4 000 €
Drôme	Valence	Lux	3 000 €
Isère	Grenoble	Ligue de l'enseignement 38	6 000 €
Loire	Saint-Etienne	Les 3 C – Cinéma Le France	4 100 €
Rhône	Caluire-et-Cuire	URFOL Ecran Mobile	4 000 €
Savoie	Sillingy (74)	Cinébus	4 000 €
Haute-Savoie	Annecy	CDPC	4 000 €
Collège au cinéma			
Ain	Ambérieu-en-Bugey	Cinéma Moderne	3 000 €
Ardèche	Aubenas	Cinéma Le Navire	4 000 €
Drôme	Bourg-lès-Valence	Les Ecrans	6 000 €
Isère	Grenoble	Ligue de l'enseignement 38	4 000 €
Loire	Saint-Etienne	Les 3 C – Cinéma Le France	4 100 €
Rhône	Villeurbanne	Cinéma Le Zola	6 000 €
Savoie	Chambéry	Espace Malraux	3 000 €
Haute-Savoie	Annecy	ACADRA	4 000 €
Lycéens et apprentis au cinéma			
Isère	Grenoble	Acrira	57 000 €
TOTAL			**124 200 €**

Dép.	Ville	Structure	Aide DRAC	Séances spéciales	Plein air	Ateliers	Formations	Rencontres régionales	Nb participants
Coordination régionale		Acrira	68 000 €						
Ain	Bourg-en-Bresse	MJC	1 000 €	1	4	2			992
Ain	Oyonnax	Mairie	1 000 €	1	2	1			
Ardèche	Annonay	MJC	1 000 €	1	2	1			656
Ardèche	Aubenas	Mairie	1 000 €	1	3	3			369
Drôme	Romans-sur-Isère	MJC	1 000 €	2	3	2			1 092
Isère	Côte-St-André	CCAS	1 000 €	2	1	1			449
Isère	Grenoble	FOL 38	1 000 €	2	3	1			130
Isère	La Mure	Théâtre	1 000 €	1	2	1			188
Isère	St-Egrève	Mairie	1 000 €	2	2	1		1	404
Isère	St-Martin-d'Hères	Mairie	1 000 €	2	3				180
Isère	Villefontaine	Mairie	1 000 €	1	5	1			120

Dép.	Ville	Structure	Aide DRAC	Séances spéciales	Plein air	Ateliers	Formations	Rencontres régionales	Nb participants
Isère	Voiron	Mairie	1 000 €	3	4	2			950
Isère	Voreppe	Mairie	1 000 €	2	2	1		1	785
Loire	St-Chamond	Méliès	1 000 €	5	6	1	1		398
Rhône	Décines	Tobogg an	1 000 €	2	5	1			786
Rhône	Lyon	Ciné Duchère	1 000 €	3	5	1			1 223
Rhône	Neuville-sur-Saône	MJC	1 000 €	3	1	1			606
Rhône	Rillieux-la-Pape	Mairie	1 000 €	1	1	1			462
Rhône	St-Priest	Mairie	1 000 €	4	2	1			870
Rhône	Venissieux	Mairie	1 000 €	1	4	1			
Savoie	Ugine	Dôme Cinéma	1 000 €	2	2	1			1 092
Savoie	Cluses	Cinétoiles	1 000 €	1	2	1			250
Hte-Sav.	Annecy	MJC	1 000 €	2	5	1	1		1 067
Hte-Sav.	Annecy	CDPC	1 000 €	1	1	1			356
TOTAL			**92 000 €**	**46**	**70**	**28**	**2**	**2**	**13 425**

Dép.	Ville	Structure	Actions	Montant
Drôme	Bourg-lès-Valence	L'Equipée	Ateliers d'initiation au cinéma d'animation	11 000 €
Haute-Savoie	Annecy	AAA	Ateliers d'initiation au cinéma d'animation	19 745 €
Drôme	Valence	Scénario au long court - Festival	Actions de formation et éducation artistique autour du scénario	5 000 €
		Fonds Scan	Aides aux projets arts numériques	50 000 €
TOTAL				**85 745 €**

Dép.	Structure	Montant	Salles ins.	Etab. Dép.	Etab. ins.	Elèves ins.
Ecole et cinéma						
Ain	Oyonnax	4 000 €	12	511	33	1 742
Ardèche	Le Navire	4 000 €	14		133	4 983
Drôme	Lux	3 000 €	9		92	8477
Isère	Méliès	6 000 €	26		193	20 092
Loire	Les 3 C	4 100 €				17 006
Rhône	URFOL	4 000 €	23	1 031	201	20 215
Savoie	Cinébus	4 000 €	16	438	57	4 334
Hte-Sav.	CDPC	4 000 €	23		96	12 784
Sous-total Ecole et cinéma						***89 633***
Collège au cinéma						
Ain	Moderne	3 000 €	11	64	24	4 230
Ardèche	Le Navire	4 000 €	14		35	8 063
Drôme	Ecrans	6 000 €	17	45	36	7 670
Isère	Méliès	4 000 €	26		40	6 079
Loire	Les 3 C	4 100 €				9 729
Rhône	Le Zola	6 000 €	27	303	70	7 056
Savoie	Esp. Malr.	3 000 €	13	47	27	2 918
Hte-Sav.	ACADRA	4 000 €	16	70	30	5 652
Sous-total Collège au cinéma						***51 397***
Lycéens et apprentis au cinéma						
Isère	ACRIRA	57 000 €	99		260	32 218
Sous-total Lycéens et apprentis au cinéma						***32 218***
TOTAL						**173 248**

Annexe 6

Le cinéma en Rhône-Alpes

Le CNC publie à l'occasion du 69ème congrès de la FNCF une analyse de la géographie des salles de cinéma en France. Cette étude examine par commune, par agglomération, par département et par région, l'évolution de l'équipement cinématographique, de la fréquentation des salles. Elle livre également les résultats des films par région et analyse les spécificités du public du cinéma en région.
Qu'en est-il du cinéma en Rhône-Alpes ?

La région Rhône-Alpes est la deuxième région en termes de fréquentation en 2013.

En 2013, la région Rhône-Alpes compte 276 établissements cinématographiques, soit 15 de moins qu'en 2012, et 669 écrans actifs. Le nombre de fauteuils total sur la région s'élève à 125 489, soit un fauteuil pour 49 habitants et une capacité d'accueil dans les salles de cinéma par habitant plus importante que la moyenne nationale qui se situe à 58 habitants par fauteuil. La fréquentation en Rhône-Alpes atteint 20,60 millions d'entrées en 2013, soit 2,7 % de moins qu'en 2012 (- 4,9 % au niveau national).

Les recettes de billetterie des salles dans la région s'élèvent à 136,20 M€ en 2013 et diminuent de 2,2 % (- 4,3 % au niveau national). La recette moyenne par entrée atteint 6,61 € TTC, soit 15 centimes de plus qu'au niveau national.

Un habitant de la région Rhône-Alpes est allé en moyenne 3,34 fois au cinéma en 2013, alors que la moyenne nationale se situe à 3,10 fois par habitant. 138 établissements sont des cinémas Art et Essai, soit 50,0 % de l'ensemble des établissements de la région et 21 sont des multiplexes. A fin août 2014, l'ensemble des établissements et des écrans de la Région est équipé pour la projection numérique.

En 2013, la structure du public du cinéma en Rhône-Alpes est très proche de celle du public cinématographique de la France. Le public de la région affiche toutefois une proportion plus élevée de femmes (54,7 % en 2013, contre 54,0 % au niveau national) et de CSP- (29,0 %, contre 27,8 %) et une part plus faible d'inactifs (41,1 % contre 42,2 %). Il est constitué de 30,7 % d'habitués dont 4,2 % d'assidus (respectivement 31,1 % et 4,7 % sur l'ensemble du territoire français).
Issu de « La géographie du cinéma en 2013 - communiqué par région» - CNC

Annexe 7

Sondage sur la fréquentation des salles de cinéma en Rhône-Alpes

Enquête sur la fréquentation des salles de cinéma en Rhône-Alpes

SYNTHESE

Auteurs : AL FAHEL Nicolas, DUBOIS Perrine, VIOLLET Maël, XUE Ling (L3 Econométrie), BA Mariam, KHALADI Zahra, LESPERAT Camille, SICOT Alexandre (M1 Economie et Société), DEMBELE Sarah, FODIL PACHA, Ala Eddine (M1 Equant)
Contact : enquete.cinema@outlook.fr, 06 72 19 00 39

Problématiques et méthodologie de l'enquête

Un travail universitaire a été mené conjointement par des étudiants, en licence 3 d'économétrie, en master 1 d'économie quantitative (Equant) et en master 1 d'économie et société, tous de l'Université Lumière Lyon 2, travail commandité par le CESER Rhône-Alpes qui souhaitait interroger les déterminants de la fréquentation des salles de cinéma de la région. Deux enquêtes distinctes ont été menées pour tâcher de comprendre les motivations et les freins caractérisant le rapport qu'entretiennent les rhônalpins avec le cinéma.

Les M1 Economie et Société ont étudié cette question sous un angle qualitatif. Ils ont réalisé 18 entretiens semi-directifs, en face à face avec l'enquêté pour tâcher de répondre aux sous-problématiques suivantes :

- Les animations jouent-elles un rôle dans la fréquentation du cinéma ?
- Le tarif freine-t-il la fréquentation des cinémas par les rhônalpins qui peuvent, par ailleurs, visionner des films gratuitement ?
- Que recherchent les individus en se rendant au cinéma ?
- Quels services permettraient d'accroitre l'attractivité des cinémas et donc d'augmenter leur fréquentation ?
- Dans quelle mesure, les nouveaux moyens de consommation de films concurrencent-ils le cinéma?

Afin de n'omettre aucun point essentiel, les entretiens ont été enregistrés et les enquêteurs devaient suivre la ligne directrice d'un guide d'entretien préparé en amont des entretiens.

Les étudiants de licence 3 Econométrie et de master 1 Equant ont, quant à eux, travaillé sur l'aspect quantitatif de la problématique. Pour ce faire, une enquête téléphonique a été réalisée afin d'obtenir, grâce à la méthode des quotas, un échantillon représentatif de la population régionale selon trois critères (le département d'habitation des enquêtés, leur âge et leur genre), tout en minimisant les coûts. 462 habitants de Rhône-Alpes ont ainsi répondu à un questionnaire qui synthétisait plusieurs axes de la problématique principale :

- Comment les caractéristiques sociodémographiques des Rhônalpins influencent-elles cette fréquentation ?
- Dans quelle mesure le prix de la place effectivement payé par les enquêtés influence-t-il leur fréquentation?
- Les préférences de l'enquêté en matière de programmation sont-elles satisfaites ?
- Dans quelle mesure les difficultés d'accès au cinéma en Rhône-Alpes affectent-elle cette fréquentation ?
- Les attentes des enquêtés concernant les services associés (à la projection stricto sensu des films) sont-elles satisfaites ?
- Les autres manières dont l'enquêté consomme des films influent-elles significativement sur cette fréquentation ?

Résultats

Enquête qualitative

Les animations jouent un rôle mitigé pour les consommateurs de cinéma. Les jeunes sont plus sensibles à la 3D, et on note un certain enthousiasme pour les avant-premières et les projections en plein air mais malgré cela, une grande majorité des enquêtés ne participe pas à ces animations. Les tarifs sont un frein essentiel pour les enquêtés qui déplorent des prix trop élevés surtout pour un confort qui laisse parfois à désirer (saleté, bruits des autres spectateurs et beaucoup de publicités).
Le consommateur de cinéma va rechercher plusieurs éléments en allant au cinéma : d'abord une expérience unique, à partager, qui peut être aussi bien programmée ou alors improvisée le jour même. La majorité des enquêtés est satisfaite de la programmation qu'elle trouve adéquate et diversifiée mais elle déplore un problème récurrent d'accessibilité des cinémas (notamment leur mauvaise desserte par les transports en commun).
Les consommateurs semblent accorder une place relative aux services. La nourriture et les parkings sont les services les plus appréciés et souhaités mais avec toujours un certain frein dans l'utilisation de ceux-ci dû aux prix jugés trop élevés. Les festivals sont d'ailleurs très affectionnés car ils permettent de réduire les coûts.
En ce qui concerne les autres moyens de consommation des films, la télévision, le streaming ou le téléchargement sont les plus utilisés. Ce dernier moyen est apprécié notamment car il permet d'accéder à une grande diversité de films et ce, gratuitement et rapidement. Cependant, les interrogés déplorent dans ce moyen de consommation une qualité médiocre et une perte de lien social. Ils vont ainsi catégorisés les films entre ceux qui « méritent » d'être vu au cinéma et ceux qui peuvent être regardés chez soi. Malgré ces diverses remarques, les autres supports de visionnage ne semblent pas avoir un impact négatif sur la fréquentation des salles de cinéma.

Enquête quantitative

Sur l'ensemble des individus interrogés, seulement 3% vont au cinéma au moins une fois par semaine, 8% y vont deux à trois fois par mois. 17% vont au cinéma une fois par mois. La majorité, 51% de ces personnes, y vont moins d'une fois par mois mais au moins une fois par an. Enfin, 21% des interrogés déclarent ne jamais aller au cinéma.
Les consommateurs de cinéma sont à la retraite dans 30% des cas ou en emploi dans 50% des cas. Ils sont majoritairement en couple et plus diplômés que la moyenne. Le fait d'avoir des enfants a un impact négatif sur sa fréquentation puis positif (à partir de 2 enfants). Les consommateurs aiment sortir au cinéma en famille ou entre amis plutôt que d'y aller seul ou avec des personnes moins proches comme des collègues par exemple.
Plus de 60% des interrogés trouvent que le prix de la place est chère ou trop chère. Le prix a un impact négatif sur la fréquentation (à cause du prix, les enquêtés vont moins au cinéma que ce qu'ils aimeraient) mais n'explique pas que 21% d'entre eux ne fréquentent jamais les cinémas.
Pour ce qui concerne la programmation, les enquêtés sont majoritairement satisfaits des horaires, du nombre de films proposés et du temps que ces derniers restent l'affiche. On note que 70% des enquêtés préfèrent les films en version française.
70% des enquêtés utilisent au moins la voiture pour se rendre au cinéma. La proximité a un impact très positif sur la fréquentation. Les consommateurs les plus assidus y vont le plus souvent à pied pour un trajet d'une durée de 6 minutes inférieure à la moyenne qui est de 17 minutes.
On ne note pas une sensibilité marquée pour les services associés. Les enquêtés ont montré un intérêt relatif pour les nouveaux services proposés dans le questionnaire si bien que plus de la moitié d'entre eux n'est pas du tout prête à payer plus cher pour y avoir accès.
Enfin, on note que la concurrence des autres moyens de consommation de films croit à mesure que la fréquentation des cinémas décroit : si les enquêtés allant au cinéma une fois par semaine sont également de gros consommateurs de DVD et de télévision, cette concurrence est très forte chez les enquêtés qui fréquentent peu les cinémas.

Bibliographie

BESSON Nicolas, CHERON Marie-Gabrielle et DANDINE Sylvain, *La production audiovisuelle aidée en 2013*, CNC, avril 2014, 93 p.

BEURE Fanny, DANARD Benoît et JARDILLIER Sophie, *L'économie des films français*, CNC, décembre 2013, 102 p.

BEURE Fanny, DANARD Benoît et JARDILLIER Sophie, *La géographie du cinéma*, CNC, septembre 2013, 119 p.

BOMSEL Olivier et CHAMARET Cécile, *Rentabilité des investissements dans les films français*, Mines ParisTech, octobre 2008, 59 p.

BONNELL Bruno, *Le financement de la production et de la distribution cinématographiques à l'heure du numérique*, CNC, décembre 2013, 187 p.

CARROLAGGI Sophie-Anne et OBSERVATOIRE PARTENARIAL EN ECONOMIE, *Observatoire du cinéma de l'agglomération lyonnaise - 4ème édition*, Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise, novembre 2013, 27 p.

CNC, *L'exportation des films français en 2013*, CNC, novembre 2014, 44 p.

CNC, *Rapport d'activité 2013 du Centre national du cinéma et de l'image animée*, CNC, juillet 2014, 88 p.

CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL (CESE) et MICHEL Claude, *Pour un renouveau des politiques publiques de la culture*, CESE, avril 2014, 100 p.

CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL (CESE) et MICHEL Claude, *Pour un renouveau des politiques publiques de la culture : synthèse*, CESE, avril 2014, 2 p.

COUR DES COMPTES, *Les soutiens à la production cinématographique et audiovisuelle : des changements nécessaires*, Cour des Comptes, avril 2014, 273 p.

CUNY Delphine, « Netflix en France : tout ce qu'il faut savoir pour son lancement », *La Tribune*, 15 septembre 2014

DELVAINQUIERE Jean-Cédric, TUGORES François, LAROCHE Nicolas et JOURDAN Benoît, *Les dépenses culturelles des collectivités territoriales en 2010*, Ministère de la Culture et de la Communication, mars 2014, 32 p.

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : éléments de synthèse 1997-2008*, Ministère de la Culture et de la Communication, octobre 2009, 12 p.

ESCUDIE Jean-Noël, « Crédit d'impôt cinéma : bon sur toute la ligne », *Localtis*, 10 octobre 2014

GOUYON Marie et PATUREAU Frédérique, *Vingt ans d'évolution de l'emploi dans les professions culturelles*, Ministère de la Culture et de la Communication, octobre 2014, 24 p.

HEARN Steven et SABY Olivier, *Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*, Ministère de la Culture et de la Communication, juin 2014, 69 p.

JAILLARD Laurence, « Cinéma : des mécènes de toutes tailles au festival Lumière », *Acteurs de l'Economie*, 17 octobre 2014

KANCEL Serge, ITTY Jérôme, WEILL Morgane et DURIEUX Bruno, *L'apport de la culture à l'économie en France*, Inspection générale des Finances et Inspection générale des Affaires culturelles, décembre 2013, 390 p.

LAGAUCHE Serge, *Bilan et propositions sur le régime d'autorisations d'aménagement cinématographique issu de la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008*, mars 2014, 88 p.

LARDOUX Xavier, *Pour une politique européenne d'éducation au cinéma*, CNC, juin 2014, 95 p.

LAURENT Roxane, *Les industries culturelles en France et en Europe : points de repère et de comparaison*, Ministère de la Culture et de la Communication, octobre 2014, 20 p.

LEPERS Jean-Frédérick et PORTUGAL Jean-Noël, *Avenir à 10 ans des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel en France : une vision prospective*, CNC, janvier 2013, 53 p.

LESCURE Pierre, *Mission Acte 2 de l'exception culturelle : contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique*, Ministère de la Culture et de la Communication, mai 2013, 719 p.

VALLET Laurent et ESQUERRE Arnaud, *Adapter les obligations de financement de la production audiovisuelle pour garantir leur avenir*, décembre 2013, 39 p.

WUTZ Josef et PEREZ Valentin, *La diffusion du film européen dans l'Union européenne et sur le marché mondial*, Notre Europe, novembre 2014, 134 p.

Pages web

CNC, « Centre national du cinéma et de l'image animée », [en ligne], consulté le 23 juillet 2015. Disponible sur Internet <http://www.cnc.fr>

« Le médiateur du cinéma », [en ligne], consulté le 23 juillet 2014 <http://www.lemediateurducinema.fr>

MINES PARISTECH, « Chaire Médias et Marques », Cerna Mines ParisTech, », [en ligne], consulté le 23 juillet 2015. Disponible sur Internet <http://www.cerna.mines-paristech.fr/index.php/fr/recherche/chaire-paristech-deconomie-des-medias-et-des-marques>

« Territoires et Cinéma », [en ligne], consulté le 23 juillet 2014 <http://www.territoires-cinema.fr>

VILLE DE MONTREAL, « Les formes de la médiation culturelle », Ville de Montréal, [en ligne], consulté le 23 juillet 2015. Disponible sur Internet <http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/les-formes-de-la-mediation-culturelle/>

Glossaire

ACRIRA : Association des Cinémas de Recherche Indépendants de la Région Alpine
CAV : Créations et Activités Artisitiques
CAVL : Conseil Académique de la Vie Lycéenne
CGR : Circuit Georges Raymond (CGR Cinéma)
CHAC : Classe à Horaires Aménagés Cinéma
CLD : Conseil Local de Développement
CNC : Centre National du Cinéma
CPGE : Classes Préparatoires aux Grandes Ecoles
CRAEC : Comité Régional Rhône-Alpes de l'Enseignement Catholique
CRDP : Centre Régional de Documentation Pédagogique
DDAC : Délégation Départementale Académique aux Arts et à la Culture
DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelles
DRAF : Direction de l'Agriculture et de la Fôret
EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale
ESPE : Ecole Supérieure du Professorat et de l'Education
FEMIS : Ecole Nationale Supérieure de l'Image et du Son
GRAC : Groupement Régional d'Actions Cinématographiques
IA – IPR : Inspecteurs d'Académie - Inspecteurs Pédagogiques Régionaux
NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
PJJ : Protection Judiciaire de la Jeunesse
PREAC : Pôles de Ressources pour l'Education Artistique et Culturelle
SCOP : Société Coopérative et Participative
SOFICA : Sociétés de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel
THX : Tomlinson Holman's eXperimentent
UGC : Union Générale Cinématographique

Remerciements

Nous exprimons nos remerciements à tous ceux qui ont accepté d'éclairer notre réflexion et de participer à nos travaux, et plus particulièrement aux personnes auditionnées :

Madame Maya ABGRALL, Responsable animation, Cinéma l'Horloge ; 05/03/2015
Monsieur Emmanuel BERNARD ; Secrétaire général Rhône-Alpes cinéma ; 02/04/2015
Monsieur Alain BOIRIVENT, Directeur, CRAEC ; 03/04/2014
Madame Farida BOUDAOUD, Vice-présidente déléguée à la culture, Région Rhône-Alpes ; 06/02/2014
Madame Cécile BOURGEAT, Représentant directeur général Institut Lumière ; 08/07/2014
Madame Juliette BOUTIN, Déléguée générale GRAC ; 02/04/2015
Monsieur Théophile CHAMPALOUX, Directeur de production AJEL ; 06/11/2014
Madame Laëtitia CHARBONNIER, L'Equipée ; 02/10/2014
Monsieur Guy CHERQUI, Représentant recteur Grenoble ; 03/04/2014
Madame Nadège DALLARD, Coordinatrice commission départementale et son équipe ; 07/05/2015
Monsieur Cyril DESIRE, SCOP le Navire ; 02/10/2014
Madame Corinne DESTOMBES, Folimage ; 02/10/2014
Madame Claude DIETRICH, Représentant rectrice de Lyon ; 03/04/2014
Monsieur Jean-Pierre ESQUENAZI, Professeur, Université Lyon 2 ; 03/07/2014
Monsieur Grégory FAES, Directeur général, Pôle Pixel ; 02/04/2015
Monsieur Jacques GIRERD, Président, Folimage; 02/10/2014
Monsieur Guillaume HELLOUIN, Teamto ; 02/10/2014
Monsieur Thomas LEGON, Doctorant, EHSS ; 04/12/2014
Monsieur Mickael LE SAUX, Directeur, Les Ecrans ; 02/10/2014
Monsieur François LIGNER, Folimage ; 02/10/2014
Monsieur Jean-François MARGUERIN, Directeur régional des affaires culturelles, DRAC ; 06/03/2014
Monsieur Gérard MARTIN, Président GRAC ; 02/04/2015
Monsieur Pascal MAUBEC, Conseiller cinéma, audiovisuel et multimédia, DRAC ; 06/03/20014
Monsieur Jean-ROMAIN PLAIGE, Président Diocésain, CRAEC ; 03/04/2014
Monsieur Laurent POUVARET, La Poudrière ; 02/10/2014
Madame Anne-Sophie REY, L'Equipée ; 02/10/2014
Monsieur Thierry ROCOURT, Directeur, Cinéma Gaumont Pathé ; 13/01/2015
Monsieur François ROCHER, Président, Cinéma Ste Foy les Lyon ; 05/02/2015
Monsieur Dominique TEMPLIER, Folimage ; 02/10/2014
Madame Annick TENINGE, Directrice, La Poudrière ; 02/10/2014
Madame Carole TOLEDO, Teamto ; 02/10/2014
Monsieur Ilan URROZ, Valence Sud Rhône-Alpes ; 02/10/2014

Déclarations des groupes

Intervention de M.COCHET Guillaume, au nom du collège I

Madame la Présidente, Mesdames Messieurs, Chers Collègues,

Le cinéma et la médiation culturelle, c'est avant tout être au service du public, de l'intérêt général, du lien social, avec un impact économique indéniable.

Promouvoir le cinéma sous toutes ses formes, c'est permettre au public d'accéder à la culture, en visionnant des films de tous genres (d'auteur, à thème culturel, historique, identitaire, ..), et ce, dès le plus jeune âge.

Cette accessibilité est facilitée par des actions de médiation culturelle mises en œuvre par différents acteurs : personnels éducatifs, sociaux, de santé , dirigeants ou bénévoles de salles de cinéma, etc… qui débordent d'imagination dans la mise en place d'animations, ludiques et pédagogiques, auprès d'un public hétéroclite : jeunes enfants, ados, public empêché, jusqu'au troisième âge voire quatrième âge. Les interventions peuvent être en milieu urbain ou rural, jusqu'aux lieux isolés, que ce soit dans les rues (par les festivals), ou en milieu contraint, (par exemple les hôpitaux).

Ces volontés collectives de faire vivre le cinéma créent ainsi une forme de médiation culturelle innovante, pertinente et efficace, et permettent pour la plupart d'entre elles d'augmenter la fréquentation dans leurs salles et ainsi pérennise ces lieux chargés de rencontres multi sociales et d'émotions.
Ces actions ont besoin de soutien politique et financier.

Alors quels cinéphiles êtes-vous chers collègues ? Blockbuster ou films d'auteurs, films français ou films étrangers ? Celui qui aime aller voir un film seul, en famille, où celui qui aime aller au cinéma pour faire une sortie ? Ces mots sont chargés de sens car c'est votre moteur, c'est ce qui vous fera continuer à aimer et fréquenter les cinémas, sous toutes ses formes, intégrant une évolution des usages à laquelle nous devons tous nous adapter.

Cela a commencé par le passage au numérique il y a à peine 10 ans …et après,… le monde bouge vite, la technologie aussi, il faut donc déjà penser à demain.
Et celui qui crée la matière première, le film, jusqu'à celui qui distribue les films, ne peut pas se passer de son public ! Sans public, pas de cinéma…

C'est pour cette raison que favoriser la médiation culturelle autour du cinéma est un enjeu majeur dans l'économie du cinéma, en particulier dans notre région, berceau du cinéma , terre de création, de formation, de production, de réalisation et de diffusion, là encore sous toutes ses formes, du cinéma, avec des pôles forts répartis sur le territoire.

Mais au-delà du lien social, culturel, éducatif, Oui, le secteur du cinéma est une donnée non négligeable dans notre économie Rhônalpine, preuve en est le goût prononcé probablement de certains d'entre vous, mais aussi celui de notre président de Région, au vu des dispositifs en place pour soutenir cette activité.
Et on peut le comprendre, car ce secteur est source d'emplois, de création de valeur, de rayonnement, mais aussi il permet à de nouvelles entreprises ou associations d'éclore sur notre territoire grâce à un réseau d'entreprises, d'associations, de pôles d'excellence, je dirais même de pôles de compétence denses par rapport à nombres d'autres régions : soyons en conscients.

L'activité économique que représente la branche cinéma est donc le résultat d'une volonté politique nationale (CNC), régionale (fonds dédié à la culture, Rhône Alpes Cinéma, ..) et parfois même locale (soutiens de mairies et/ou EPCI).

Parlons du mode d'intervention régional, notamment de Rhône-Alpes Cinéma, spécifique et pionner dans l'usage de fonds publics car il ne subventionne pas à proprement dit, il co-produit : ainsi les films dit « très rentables » permettent de financer les films « moins rentables », dans un cercle vertueux pertinent.

Cependant, il faut veiller à ce que Rhône-Alpes Cinéma ne soit pas dans une position trop monopolistique, limitant ainsi l'opportunité aux jeunes producteurs d'être découvert par le public.
La pérennité du soutien aux acteurs du Cinéma par les collectivités est nécessaire, car il permet à notre région des retombées économiques importantes, mais aussi le développement du lien social, en particulier avec des salles de cinéma de proximité, pour tous les publics (jeunes, moins jeunes, empêchés, éloignés…).
C'est pourquoi des points de vigilance méritent d'être soulignés :
Quid du renouvellement des équipements dans les salles de diffusion, vers une technologie dite « dématérialisée »…

Nous nous accordons à soutenir une nouvelle fois ces investissements incontournables, afin que TOUTES les salles de proximité puissent être équipées selon leurs besoins évolutifs au gré des progrès technologiques et de l'obsolescence programmée de certains matériels, et donc pour que l'ensemble de nos concitoyens rhônalpins puissent bénéficier de la même qualité de diffusion.
De plus, le rapport préconise de favoriser l'éducation à l'image, c'est en enjeu essentiel…car à fort potentiel. Il faut donc favoriser la coopération entre les différents acteurs afin de transmettre cette culture cinématographique : ne dit-on pas qu'il faut semer pour récolter ?

Ce secteur a su se renouveler par la mise en place de forums interactifs et de festivals donnant l'accès à tous au cinéma, pour, à terme, augmenter les entrées en salles : essayer, c'est l'adopter !
Pour conclure, le Collège 1 se félicite de la qualité de ce rapport, qui démontre un travail approfondi de la Commission « Développement humain et société »

Ce sujet, cher à nos décideurs du conseil régional durant ces 2 mandats consécutifs, doit continuer à être considéré, car cela a permis de contribuer à développer une identité territoriale forte, de créer de l'emploi et de démontrer un savoir-faire reconnu.
Aussi, le 1er collège votera cet avis.
ALORS : longue vie au cinéma en Rhône-Alpes

Intervention de Mme. TEROL Marie-Jo, au nom du collège II CFDT

Madame la Présidente, Mesdames Messieurs, Chers Collègues,

La culture, thématique peut être trop boudée par notre assemblée, dans les deux précédentes mandatures, revient en force avec cet avis sur cinéma et médiation culturelle qui plaide pour des salles de proximité, vecteurs de lien social, mais aussi d'attractivité culturelle et de développement économique de Rhône-Alpes.

La culture est aujourd'hui un élément reconnu de la vitalité des territoires.
C'est ce que pointait en 2013 le rapport de l'Inspection générale des finances et de l'Inspection générale des affaires culturelles, « L'apport de la culture à l'économie en France » en démontrant une corrélation positive bien réelle entre la présence d'une implantation culturelle et le développement socio-économique d'un territoire et en révélant, argument massue, que le PIB culturel représentait l'équivalent du secteur de l'agriculture et des industries alimentaires, deux fois les télécommunications, quatre fois l'industrie chimique ou l'assurance, sept fois l'industrie automobile

C'est pourquoi nous nous félicitons, alors que s'ouvrait hier, la 7° édition du Festival Lumière, de la pertinence de cette contribution sur le cinéma et la médiation culturelle en Rhône-Alpes.

C'est en Rhône-Alpes qu'est né le cinéma à la fin du XIX siècle grâce à l'invention des frères Lumière. C'est aussi en Rhône-Alpes que l'engagement des Régions pour le cinéma a vu le jour un siècle plus tard dans les années 90, avec l'autorisation par décret d'Etat de coproduire des films, ce qui lui permet d'être intéressée sur les recettes et les produits dérivés (particularité que la Région détient seule aujourd'hui avec le Nord Pas de calais) et par la création par Roger Planchon du Centre Européen du Cinéma qui deviendra très vite Rhône-Alpes Cinéma. Tout en bénéficiant du soutien actif du CNC (centre national du Cinéma et de l'image animé) et des aides des collectivités territoriales, le cinéma constitue, à travers ses 3 volets, production, distribution, exploitation, une filière à fort potentiel économique, puisqu'un euro investi produit 4 à 5 € de retombées économiques.

La médiation culturelle autour de laquelle est construit l'avis, repose sur un ensemble d'actions initiées par de multiples acteurs institutionnels ou associatifs. Elle est le chaînon à consolider pour que tous les publics continuent à fréquenter les salles obscures : les festivals, les écrans de haute technologie, les événements festifs lors de la diffusion d'un film, l'éducation à l'image sont autant d'éléments pour entretenir le goût du cinéma.

Dans le domaine de l'image, c'est la loi du cumul qui fonctionne. Le sondage réalisé par les étudiants de l'Université Lumière Lyon 2, sur commande du CESER, montre bien comment les enquêtés fréquentant le plus le cinéma sont aussi de gros consommateurs de DVD et de télévision.
Plus on va au cinéma, plus on regarde de films à la télévision, plus on télécharge. Un écran n'en remplace pas un autre et l'écran de cinéma représente une expérience qui n'a pas d'équivalence sur les autres écrans et réciproquement.
La Région Rhône-Alpes est aujourd'hui la deuxième Région en termes d'investissements, avec un budget de 10 millions d'euros par an pour le cinéma et l'audiovisuel et elle est également la deuxième région de France en termes de fréquentation de salles avec plus de 21 millions d'entrées en 2013.

Comme le pointe bien l'avis, c'est la vingtaine de multiplexes qui permet de conserver un bon niveau de fréquentation, mais au détriment des salles de proximité bien plus présentes et nombreuses sur l'ensemble des territoires et qui, non sans difficultés, jouent un rôle fondamental, en termes de médiation culturelle.

Leurs investissements dans le numérique n'ont pu être faits qu'avec les aides de la Région, mais une fois ce cap passé la maintenance s'avère coûteuse pour un matériel rapidement obsolète et avec peu de salariés, la réussite repose sur la motivation des équipes de bénévoles et le soutien financier des collectivités locales.

En direction des jeunes générations et publics éloignés, l'investissement des salles de proximité est souvent remarquable, mais les dispositifs de subvention reposent, en l'absence de guichet unique, sur des montages complexes surtout quand plusieurs partenaires sont nécessaires.
L'accessibilité financière ou géographique, l'équipement technologique, le système inégalitaire de distribution des copies qui pénalisent les petites salles sont aussi des facteurs qui interviennent sur leur fréquentation et qui méritent l'attention des élus des collectivités locales et des régions.
Car pour continuer à aimer le cinéma, il faut y aller et vice versa.

La CFDT partage bien l'ensemble des préconisations en termes de médiation concernant l'intégralité de la filière cinéma en Rhône-Alpes, de la production à la diffusion, en passant par la conservation et la transmission du patrimoine cinématographique.
Pour nous, le soutien aujourd'hui apporté au cinéma et à la médiation autour du cinéma par les différents décideurs publics doit être pérennisé et conforté, l'étape incontournable étant la sensibilisation des élus sur l'intérêt de la culture, désormais compétence obligatoire partagée, et aussi élément de développement économique, d'aménagement du territoire et de cohésion sociale.

Nous pointerons néanmoins, plus spécifiquement, celles qui concernent les jeunes publics comme l'extension de la carte M'RA aux écoliers et collégiens en instaurant une attractivité supplémentaire des cinémas de quartier

pour les familles , le développement des actions de médiation participatives, ou créatives sur le temps libre, et le renforcement des formations à l'image dispensées en temps scolaire.

Les partenariats parking, commerces, cinéma, transports en communs sont de bons plans pour permettre une meilleure accessibilité financière et géographique : ils méritent d'être mieux connus du public et de monter en puissance.
Enfin il convient de mettre un terme une fois pour toutes au système de distribution inégalitaire des copies afin que toutes les salles puissent y accéder normalement dès la première semaine de sortie.

Je terminerai par cette citation de Charlie CHAPLIN
« Je crois au pouvoir du rire et des larmes comme contrepoison de la haine et de la terreur. Les bons films constituent un langage international, ils répondent au besoin qu'ont les hommes d'humour, de pitié, de compréhension. »

La CFDT votera cet avis pour lequel nous adressons toutes nos félicitations à Bernard Laurent et Frédérique Von Plauen.

Intervention de Mme. BERAUD Catherine, au nom du collège II CGT

Madame la Présidente, Mesdames Messieurs, Chers Collègues,

Le mot culture désigne ce qui est différent de la nature, c'est-à-dire ce qui est de l'ordre de l'acquis et non de l'inné. Jean Vilar nous a appris que la culture « est une nourriture aussi indispensable à la vie que le pain et le vin… ». Il nous apparaît donc que l'art y contribue et particulièrement le 7ème Art, le cinéma, né à Lyon,
Il y a 120 ans.

Le cinéma est à la fois un art populaire, un divertissement, une industrie et un média. Il peut aussi être utilisé à des fins publicitaires, de propagande, de pédagogie ou de recherche scientifique ou relever d'une pratique artistique personnelle et singulière.

La médiation culturelle fonde, dans le passé, le présent et l'avenir, les langages par lesquels les individus peuvent penser leur vie sociale, peuvent imaginer leur devenir, peuvent donner à leurs rêves, à leurs désirs et à leurs idées, les formes et les logiques de la création. Elle est particulièrement pratiquée par les animateurs (associations, bénévoles, personnels…) des cinémas indépendants, attachés au développement de leur structure.

Ainsi donc le cinéma est un vecteur de la médiation culturelle qui va permettre, par des rencontres et des débats, l'émancipation intellectuelle qui conduit à l'émancipation personnelle.
C'est pourquoi, dès 1946, la CGT contribue largement à la création du Festival de Cannes et à sa première édition qui se déroule après la guerre, du 20 septembre au 5 octobre, dans l'ancien casino de Cannes, mais l'année suivante le gouvernement refuse de financer un Festival annuel et le Palais des Festivals est construit dans la précipitation par le syndicat pour accueillir l'édition de 1947.
Puis elle poursuit l'engagement culturelau travers des comités d'entreprises. Les CE organisent des événements culturels, travaillent avec des réseaux indépendants afin que les salariés participent à des spectacles de toutes natures. La CGT dans les CE continue, dans la mesure du possible, à faciliter l'accès au cinéma.

Les salles se doivent d'accueillir les différents publics, jeunes, moins jeunes mais aussi salariés, cols blancs, cols bleus, sans emploi …. Pour cela une politique tarifaire doit être pratiquée et facilitée par différents intervenants. La Région Rhône-Alpes n'a pas été en reste avec sa participation pour la transformation technique du numérique mais pour laquelle il faudra penser au remplacement du matériel devenu obsolète. L'ensemble des jeunes devrait bénéficier aussi du tarif pratiqué avec la carte M'RA pour les lycéens. Il faut noter que plusieurs établissements scolaires ouvrent la voie aux activités du cinéma, mais qu'ils ne sont pas toujours facilement accessibles.

Alors que des œuvres sont périodiquement vandalisées, que des maires d'extrême-droite n'hésitent pas à censurer des expressions artistiques et des politiques culturelles, une loi vient d'être adoptée à l'Assemblée Nationale qui stipule dans son 1er article « la création artistique est libre » et dans son article 2 que doit être garantie « la liberté de diffusion artistique ».

Même si, bien sûr, une loi ne suffit pas à tout régler, il est important que soit institutionnalisée cette liberté, à nos yeux fondamentale dans toute démocratie, et il est important que notre CESER ait travaillé sur un domaine artistique qui est porteur d'une grande diversité culturelle et bénéficie d'une large diffusion.
La culture, les œuvres de l'esprit ne sont pas une marchandise.

Le groupe CGT votera la contribution.

Intervention de M.CADIER Christian, au nom du collège II FO

Madame la Présidente, Mesdames et Messieurs, Chers collègues,

La contribution qui nous est soumise concerne un des éléments nécessaire à la « construction » de tout individu, dans une période où les évolutions technologiques, sociologiques, commerciales, culturelles ont bouleversé complètement les usages à tous les niveaux mais aussi et surtout sur le plan culturel et sociétal.

Cette contribution a été l'objet d'un long travail de notre commission, d'une bonne participation des membres, d'auditions intéressantes et complémentaires ainsi que d'échanges, mais pouvait-il en être autrement ? En effet, comment aborder la question de la médiation culturelle selon que l'on se trouve dans une zone très rurale ou dans le centre de Lyon ? Comment choisir et établir des comparaisons entre les salles gérées sur un mode associatif avec un militantisme omniprésent et les multiplexes dont les implantations prolifèrent ? Comment se positionner entre les enjeux et les intérêts purement économiques et ceux tout aussi importants s'appuyant sur l'aménagement du territoire et son corolaire au service de toutes les générations humaines ?
Il n'est donc pas question, pour FO, de passer sous silence, la dimension économique, créatrice de richesses, mobilisatrice d'énergies et source d'emplois, et on sait que notre région Rhône-Alpes, y compris sous l'angle de la création, est plutôt à la pointe des régions Françaises.

Au niveau des disparités entre nos différents territoires, il convient de ne pas céder à la logique de centralisation, consistant à concentrer tous les équipements dans les métropoles ou grands pôles urbains. Pour FO, tous les bassins de notre région doivent avoir accès, dans des formes différentes certes, aux diffusions culturelles, et dans les meilleures conditions.

Pour Force Ouvrière, au-delà des compétences strictes dévolues aux différentes collectivités, il semble primordial de soutenir et d'aider, toutes les initiatives qui favorisent l'emploi et le développement culturel, mais aussi de garantir un équilibre entre les différents territoires de Rhône-Alpes et peut-être bientôt des différents départements "AURALPINS", dans toutes leurs diversités.

Merci donc à tous ceux qui se sont investis complètement pour ce travail, à commencer par le Président, Frédérique et le secrétariat de notre CESER.

Le groupe FO votera cette contribution
Je vous remercie de votre attention

Intervention de M.CHIRICONI Daniel, au nom du Collège 3 et 4

Madame la Présidente, Mesdames et Messieurs, Chers collègues,

J'interviens au nom des Collèges 3 et 4, pour vous faire part de nos avis et réflexions sur la contribution à propos du cinéma et de la médiation culturelle.
Le cinéma est tout à la fois un art, une industrie importante dans l'économie de notre région, directement ou par des retombées touristiques par exemple, mais aussi un formidable outil d'éducation, notamment d'éducation populaire, ou encore de formation. Chaque salle, chaque festival, chaque projection, est une occasion de rencontre.

Il peut ainsi participer pleinement à l'aménagement du territoire et au vivre ensemble sur nos territoires.
Au plan économique, les acteurs de la filière ont su mettre en œuvre une économie culturelle de marché, régulée, garantie par l'Etat, acceptée par tous et qui fonctionne très bien. Le nombre de films produits, le nombre de salles et de spectateurs en atteste année après année.

Notre Région a su soutenir ce mouvement tant pour la production que pour la diffusion et il nous paraît utile, au moment de la mise en place de la loi NOTRE, de repréciser quels sont les enjeux de l'intervention publique dans un secteur qui n'est pas dans la compétence directe de la Région mais dans ses compétences partagées, concept qui reste par ailleurs amplement à définir.

La contribution présentée nous dresse un panorama complet de ces enjeux : soutenir une production de qualité et permettre la diversité des genres proposés, densifier la présence des salles sur l'ensemble du territoire sans oublier la diffusion - le plus souvent grâce à des associations - auprès des publics empêchés ou éloignés, soutenir les actions qui nous font aimer le cinéma comme la médiation culturelle.

Cela passe aussi bien : par de l'investissement dans l'humain : emploi, formation, éducation à l'image dans les établissements scolaires et les structures d'animation, soutien des bénévoles sans lesquels cet essaimage serait impossible … que par de l'investissement technique : accompagnement des salles de proximité dans les évolutions technologiques inéluctables comme la dématérialisation des supports, ou nécessaires pour renforcer leur attractivité en direction des publics jeunes.

La présentation de la contribution, au-delà du descriptif précis de chacun des axes et des préconisations essentielles, nous propose avec les encadrés « en lumière » autant de pistes de réflexions que chaque institution, chaque acteur … chacun d'entre nous dans ses responsabilités, peut s'approprier pour continuer à faire vivre et aimer le cinéma au service de l'éducation, du lien social, de l'intérêt général sur tous les territoires de notre région.

Pour tout cela, les collèges 3 et 4 approuvent sans réserve cette contribution.