

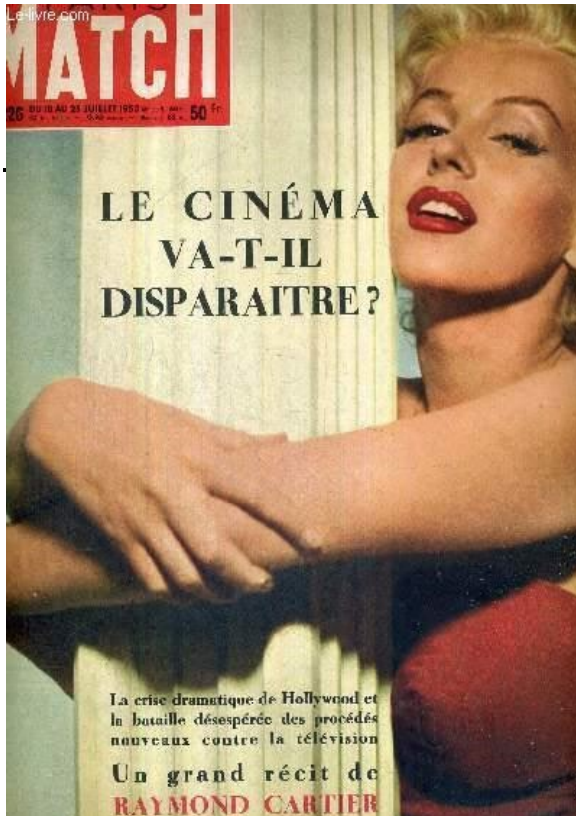


Université Gustave Eiffel  
UFR Sciences Humaines et Sociales –  
Master 1 Cultures & Métiers du Web



Cultures & Métiers du Web  
MASTER EN ALTERNANCE

## De la salle de cinéma à l'écran personnel



**Comment le numérique a-t-il transformé  
notre façon de consommer les films ?**

---

Master Cultures & Métiers du Web

Mémoire de recherche

2023 - 2024

Par Emeline Vincenot

Sous la direction de Monsieur DIMITRI VEZYROGLOU

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma sincère gratitude envers Monsieur Dimitri Vezyroglou pour son expertise et son accompagnement attentif tout au long de cette année. Ses conseils ont grandement enrichi la qualité de mes recherches et de ce mémoire.

Je souhaite également remercier Monsieur Jacques-François Marchandise pour ses précieux conseils. Il a su me guider dans la phase préparatoire du mémoire à l'aide de pistes de recherches. Sa bienveillance a été d'une aide précieuse.

Je tiens aussi à remercier mes camarades de classe avec qui j'ai pu partager des discussions intéressantes sur le 7<sup>ème</sup> art. Leurs commentaires constructifs et leurs perspectives variées ont contribué à faire progresser ce travail.

Je souhaite exprimer ma gratitude envers les professionnels et les cinéphiles qui ont répondu à mon questionnaire et qui ont accepté de répondre à des entretiens pour m'aider à améliorer mon projet. Je remercie donc Marielle, Nicolas, Léa et Maxime.

Pour conclure, je souhaite remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du Master CMW, plus particulièrement Monsieur Philippe Chochois. Bien qu'il n'ait pas directement participé à la rédaction du mémoire, sa gentillesse, sa bonne humeur et sa rigueur m'ont permis une assimilation efficace des matières techniques qui m'étaient totalement inconnues et représentait pour moi un challenge. Un grand merci.

# Sommaire

<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>2</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>5</b>
<b>PARTIE 1 : L'EMERGENCE DES PROBLEMATIQUES LIEES AU FILM</b> .....	<b>16</b>
A)    UNE DISPARITION DU CINÉMA ? .....	16
- Les différentes crises du cinéma.....	16
- La covid, la confirmation d'un changement.....	21
- La nouvelle chronologie des médias .....	28
B)    L'ARRIVÉE DU NUMÉRIQUE, UNE OPPORTUNITÉ SAISIE PAR LES CONSOMMATEURS .....	32
- Aller au cinéma, un luxe ? .....	32
- L'hyper spectateur, la saturation des écrans.....	36
<b>PARTIE 2 : UNE REFONTE DE L'EXPERIENCE FILMIQUE GRACE AU NUMERIQUE</b> .....	<b>39</b>
A)    LA SALLE DE CINÉMA, ENCORE DANS LE CŒUR DES FRANÇAIS ? .....	39
- La légitimité d'un film de cinéma au cinéma.....	39
- Les rituels sociaux liés à la salle de cinéma .....	44
B)    UNE EXPÉRIENCE INFINIE : LE CINÉMA DE SALON ET SES USAGES .....	50
- La technologie au service de l'immersion cinématographique.....	50
- Nouvelles pratiques de visionnage et rituels à domicile .....	55
<b>PARTIE 3 : COMMENT LE NUMERIQUE NOUS ORIENTE-T-IL SUR NOS CHOIX DE FILMS ?</b> .....	<b>63</b>
A)    LES OUTILS DE RECOMMANDATIONS CINÉMATOGRAPHIQUES, ENTRE CONFORT ET PERTE DE DISCERNEMENT .....	63
- Qu'est-ce que la recommandation de films ? .....	63
- La recommandation active : IMDb, Allociné.....	67
- La recommandation semi-passive de Netflix .....	74
B)    LA RECOMMANDATION FILMIQUE DANS NOTRE QUOTIDIEN .....	79
- La cinéphilie 2.0, les influenceurs cinéma .....	79
- Une résonance imprévue auprès des jeunes : Le consentement.....	84

<b>CONCLUSION .....</b>	<b>88</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>92</b>
<b>SITOGRAFIE .....</b>	<b>96</b>
<b>TABLE DES ANNEXES.....</b>	<b>99</b>



# Introduction

**« Les films sont le dialogue du monde d'aujourd'hui. »**

**Elia Kazan, 1986**

Au cœur d'une culture commune et largement partagée, le cinéma alimente nos conversations et notre imaginaire collectif. Les références cinématographiques abondent dans notre quotidien. Il peut ainsi nous arriver d'entendre la phrase « You talkin' to me ?! » en référence à la célèbre scène de *Taxi Driver*, où Robert De Niro, devant un miroir, répète cette formule devenue culte ; il n'est pas rare de désigner un poisson-clown par le nom de Némou de Marin. Lors d'un voyage en bateau, il n'est pas impossible que nous nous soyons rejoués, ne serait-ce que dans notre imagination, la scène de Jack et Rose, bras tendus face au vent, dans le film *Titanic*. Nos attitudes sont alors influencées par notre culture cinématographique.

Comme le souligne Emmanuel Ethis dans *Sociologie du cinéma et de ses publics* : « Avancer comme on le fait aujourd'hui que le cinéma demeure "la pratique culturelle la plus populaire" ne signifie pas qu'elle touche uniquement les couches populaires, mais bien qu'elle rencontre auprès de toutes catégories sociales une grande popularité<sup>1</sup>. » Le fait que le cinéma est un loisir largement répandu, dans toutes les classes d'âge et toutes les classes sociales, explique l'existence de ces références communes. Cette popularité a affermi l'autorité du cinéma dans le domaine culturel et permet aujourd'hui à chacun de vivre une expérience commune autour d'un même objet culturel.

Au commencement du 7<sup>ème</sup> art, le 28 décembre 1895, le cinéma s'adresse pourtant à un public restreint. Dans l'obscurité du Salon indien, l'excitation monte alors que les lumières s'éteignent et que l'un des tout premiers plans de l'histoire apparaît sur l'écran : quelques secondes seulement ; une foule de femmes se déversent des portes d'un bâtiment massif. Avec joie, nous venons d'assister à la première projection publique et payante du film des Frères Lumière *La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon*, au Salon indien du Grand Café de Paris<sup>2</sup>. Le public présent lors de cette première projection parisienne appartient à la bourgeoisie, notamment à cause du prix de la place et de l'emplacement du Grand Café, dans le 9<sup>e</sup> arrondissement de Paris, au 14 boulevard des Capucines. Même si l'œuvre présentée, composée

---

<sup>1</sup> ETHIS Emmanuel, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin, 2007,

<sup>2</sup> « La première séance publique payante » (Institut Lumière) : <https://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/premiere-seance.html>

de dix films très courts, ne dure que 20 minutes, le spectacle, considéré alors comme une *curiosité*, est proposé pour un franc de l'époque, soit environ trois euros d'aujourd'hui. Il suscite un engouement rapide : la salle du Grand Café voit rapidement sa fréquentation tripler et la recette atteint deux mille francs par jour alors que la location de la salle n'est que de trente francs<sup>3</sup>.

Le cinéma est né. Pionnier de l'enregistrement des images en mouvement, breveté par Léon Bouly en 1892, le cinématographe, du grec ancien *kinêma* - le mouvement - et *graphê* – l'écriture – est le premier appareil qui permet d'enregistrer des images en mouvement<sup>4</sup>. Par métonymie, l'art inventé par les frères Lumières prendra le nom de *cinéma*, abréviation du nom de cet appareil. À ses débuts représentation d'un tableau en mouvement, l'art cinématographique évolue rapidement en un spectacle narratif proposé au public sous la forme d'un film. De l'élaboration minutieuse du scénario à la réalisation artistique sur grand écran, chaque étape de la création cinématographique est une exploration de la créativité humaine et de la vision artistique. Cette invention est une révolution technologique : le cinéma est le premier art né de la révolution industrielle. Pour la première fois, la représentation du mouvement est libérée des contraintes spatiales et temporelles. À la différence du théâtre et de la danse, il offre de grandes perspectives avec le mouvement de la caméra, les illusions de trucage et le montage.

Le 7<sup>e</sup> art a renforcé sa légitimité au fil des années grâce à son adaptation permanente aux nouvelles technologies - délaissant par exemple la pellicule photographique pour le numérique -, et à son élargissement à de nouveaux genres, mais aussi aux interventions de l'État qui crée de nouvelles institutions, subventions et incite à la création de nouveaux lieux de diffusion. Pour répondre à une analyse du secteur cinématographique rendue par le Conseil national économique en 1936, le régime de Vichy crée ainsi, pendant la Seconde Guerre mondiale, deux organismes : le Comité d'organisation de l'industrie cinématographique (COIC)<sup>5</sup> et la Direction générale de la Cinématographie<sup>6</sup>. Après la Libération, le COIC est remplacé par l'Office professionnel du cinéma (OPC), avant que le Centre national de la cinématographie (CNC) ne soit officiellement créé le 25 octobre 1946, à l'issue de concertations entre les pouvoirs publics et les professionnels du cinéma<sup>7</sup>. Le 24 septembre 1948, le Journal

---

<sup>3</sup> Sociologie du cinéma- Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Sociologie\\_du\\_cin%C3%A9ma](https://fr.wikipedia.org/wiki/Sociologie_du_cin%C3%A9ma)

<sup>4</sup> Cinéma - Wikipédia <https://fr.wikipedia.org/wiki/Cin%C3%A9ma>

<sup>5</sup> Comité d'organisation de l'industrie cinématographique - Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Comit%C3%A9\\_d%27organisation\\_de\\_l%27industrie\\_cin%C3%A9matographique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Comit%C3%A9_d%27organisation_de_l%27industrie_cin%C3%A9matographique)

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> CNC, « Le CNC a 70 ans », article du 25 octobre 2016 : [https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/actualites/le-cnc-a-70-ans\\_141136](https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/actualites/le-cnc-a-70-ans_141136)

officiel publie la première loi d'aide du CNC, visant à soutenir les producteurs de films français et les exploitants de salles grâce à un fonds d'aide alimenté par une taxe spéciale additionnelle<sup>8</sup>. Quant aux lieux de diffusion cinématographique, ils se diversifient avec la création des salles Art & Essai en 1955<sup>9</sup> sous l'impulsion des exploitants de salles et de critiques de cinéma, ce qui permettra la création de l'association française des cinémas d'Art et Essai. Ils sont reconnus par l'Etat français depuis 1962<sup>10</sup>. Ces salles sont destinées à promouvoir le cinéma indépendant et reçoivent des subventions de l'État si elles répondent à des critères spécifiques. Elles peuvent obtenir un des trois labels suivants en fonction de leur programmation : « Jeune public », « Patrimoine et Répertoire » et « Recherche et Découverte »<sup>11</sup>. Ces salles, souvent situées en dehors des grands complexes commerciaux, offrent une opportunité unique de découvrir des œuvres originales, moins commerciales et jouent un rôle essentiel dans la diffusion du cinéma d'auteur.

Cette expansion et démocratisation du cinéma peut également s'apprécier à travers l'évolution du mouvement cinéophile. Née en France dans les années 1910, la cinéphilie désigne étymologiquement la passion pour l'art cinématographique. Cette désignation occupant une place importante dans mon mémoire, il me paraît essentiel d'en explorer les différentes définitions. Le dictionnaire *Larousse* s'en tient à l'étymologie puisqu'il définit simplement le cinéophile comme « Amateur de cinéma, du cinéma en tant qu'art ». Cependant, la cinéphilie ne se limite pas à l'amour du cinéma mais est souvent associée, dans l'imaginaire collectif, à une connaissance, parfois érudite, comme le soulignent Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto dans *Cinéphiles et cinéphilies. Une histoire de la qualité cinématographique* : « La cinéphilie désigne la culture cinématographique, au double sens d'un savoir acquis par l'expérience des films et d'une action de cultiver (*cultivation*, disent les Anglais) le plaisir cinématographique. Elle recouvre tout à la fois la mémoire et la capacité à juger acquise au contact d'une technique artistique fréquentée pendant notre loisir d'homme libre<sup>12</sup>. » Dans son livre *La cinéphilie, invention d'un regard, histoire d'une culture 1944-1968*, Antoine De Baecque, ancien rédacteur en chef des *Cahiers du cinéma*, définit également la cinéphilie comme suit : « La cinéphilie est un système d'organisation culturelle engendrant des rites de regard, de parole,

---

<sup>8</sup> Centre national du cinéma et de l'image animée – Wikipédia

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Centre\\_national\\_du\\_cin%C3%A9ma\\_et\\_de\\_l%27image\\_anim%C3%A9e](https://fr.wikipedia.org/wiki/Centre_national_du_cin%C3%A9ma_et_de_l%27image_anim%C3%A9e)

<sup>9</sup> AFCAE, Depuis 1955... , <https://www.art-et-essai.org/162/depuis-1955>

<sup>10</sup> CNC, Les dates-clés du CNC, [https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc\\_1242898](https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc_1242898)

<sup>11</sup> ETHIS Emmanuel, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin, 2007

<sup>12</sup> JULLIER Laurent et LEVERATTO Jean-Marc, *Cinéphiles et cinéphilies. Une histoire de la qualité cinématographique*, Paris, Armand Colin, 2010,

d'écriture<sup>13</sup>. » Dans l'imaginaire collectif, le cinéophile est perçu comme une personne cultivée, qui passe la majeure partie de son temps dans les salles obscures et s'exprime dans un langage spécifique. Cette aura de culture, voire d'érudition, autour du cinéophile tire sans doute son origine du fait que la cinéphilie est communément associée à la critique cinéophile. En effet, cinéphilie et critique cinéophile ont une histoire commune puisqu'elles sont nées sous l'impulsion de groupes de passionnés du cinéma qui se rejoignent dès les années 1910-1920 pour diffuser des films en petit comité et en discuter : c'est la naissance des vidéo-clubs dont le premier est créé à Paris par Louis Delluc, considéré comme l'un des précurseurs de la cinéphilie<sup>14</sup>. Il est alors tout sauf évident de dire que le cinéma est un art. Vu comme une attraction populaire, le cinéma a été délaissé par la bourgeoisie : comme d'autres mouvements, il fait l'objet d'un rejet par une grande partie des intellectuels, au même titre que de nombreux mouvements ou inventions culturels avant lui, comme le romantisme en littérature, ou l'impressionnisme en peinture. La cinéphilie va donc s'accompagner d'un besoin de légitimer le cinéma à travers la création d'un langage propre au cinéma avec des concepts spécifiques, pour qu'il soit envisagé comme une pratique culturelle respectable. Décorrélée de toute promotion ou action commerciale, la pratique du ciné-club, avec son triptyque « présentation – projection – discussion », s'implante dans des lieux très divers (universités, cinémas, établissements scolaires, entreprises, colonies, institutions, etc.) : leur essor très important, dans les années 1930, participe d'une part à la démocratisation du cinéma et d'autre part à la recherche de nouveaux horizons esthétiques puisque les films d'avant-garde et expérimentaux y sont projetés et discutés. Le cinéma devient alors un loisir largement partagé, traversant toutes les classes sociales et tous les âges. Ce processus a contribué à légitimer le cinéma, en élargissant son public tout en développant un langage critique perçu comme légitime auprès des classes bourgeoises : différence est alors faite entre véritables passionnés et simples spectateurs occasionnels, à travers des rituels et des liens spécifiques.

Afin de définir la cinéphilie avec plus de précision, je me suis appuyée sur l'ouvrage *Cinéphiles et Cinéphilie* de Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto qui distingue plusieurs types de cinéphilies. D'une part, la cinéphilie savante repose sur la supériorité de la forme et de l'expert. Elle est représentée par des personnes considérées comme « instruites » car leurs connaissances proviennent d'une éducation scolaire. La cinéphilie savante se réfère à une

---

<sup>13</sup> DE BAECQUE Antoine. *La cinéphilie invention d'un regard, histoire d'une culture 1944-1968*, Paris, Hachette Pluriel, 2003.

<sup>14</sup> « Bonsoir, 16 mai 1920 - page 3 - 3ème colonne bas - "Notre excellent confrère <https://www.retronews.fr/journal/bonsoir/16-mai-1920/1047/4000941/3>

forme de cinéphilie plus analytique, théorique et approfondie dans sa compréhension du cinéma en tant qu'art et média culturel. Les cinéphiles savants peuvent également être impliqués dans la critique cinématographique, rédigeant des analyses approfondies des films, participant à des discussions académiques sur le cinéma, et contribuant à des revues spécialisées ou des publications universitaires sur le sujet. Ce sont souvent des passionnés qui étudient sérieusement le cinéma, en analysant les films d'un point de vue technique, esthétique et narratif. Leur passion pour le cinéma va au-delà de la simple appréciation des films pour leur divertissement ; ils cherchent à comprendre les subtilités de l'art cinématographique et à en discuter de manière réfléchie et informée. Leur plaisir cinéophile provient d'un « entrelacement du plaisir pris au spectacle cinématographique et de la culture de plaisir esthétique transmise par les études secondaires<sup>15</sup> ».

A son opposé, la cinéphilie populaire, perçue comme une approche populaire du cinéma se concentre principalement sur le plaisir du divertissement, plutôt que sur les aspects plus modernes. « La cinéphilie ordinaire est désormais perçue comme une conduite populaire, qui n'a pas su rendre justice à la modernité de cette technique, mais l'a sacrifiée au plaisir du divertissement »<sup>16</sup>. Le divertissement est l'objectif principal des cinéphiles de cette catégorie, avec un manque d'intérêt pour les notions techniques. En mettant l'accent sur le divertissement, ils peuvent, en effet, sacrifier une appréciation plus profonde et nuancée de la modernité du cinéma, en négligeant les innovations.

Selon les auteurs de ce livre, en se démocratisant au fil des années, la cinéphilie devient populaire et n'est donc plus réservée aux érudits. Elle concerne des passionnés amateurs qui sont experts dans leurs connaissances cinématographiques mais qui n'ont pas pour but de produire un discours autour des films qu'ils apprécient. Ils interagissent souvent sur les réseaux sociaux, dans les discussions de tous les jours et participent à des communautés de fans. Comme le souligne la multiplication de supports pour visualiser des films ainsi que les moyens de diffusion de l'avis cinéophile, petit à petit, la frontière se brouille entre la notion de cinéphilie savante et populaire. On est loin de l'époque où seuls les rendez-vous dans des ciné-clubs permettaient aux cinéphiles et aux amateurs de cultiver leur passion et de découvrir toujours plus de nouveautés à commenter.

---

<sup>15</sup> JULLIER Laurent et LEVERATTO Jean-Marc, *Cinéphiles et cinéphilies : Une histoire de la qualité cinématographique*, Paris, Armand Colin, 2010.

<sup>16</sup> *Ibid.*

Liée au phénomène de l'individualisation des communications et à un croisement des deux cinéphilies évoquées, la cinéphilie « postmoderne » se destine aux cinéphiles 2.0. Ces derniers se distinguent par le rôle central d'Internet dans la diffusion des critiques, des avis ainsi que par une consommation de plus en plus individualisée, facilitée par la multiplication d'écrans et l'accès au 7<sup>e</sup> art depuis chez soi. Le numérique redéfinit les codes, les pratiques de consommation et l'essence même du cinéma. En proposant un large éventail de supports, il revisite les modes de diffusions de contenus cinématographiques.

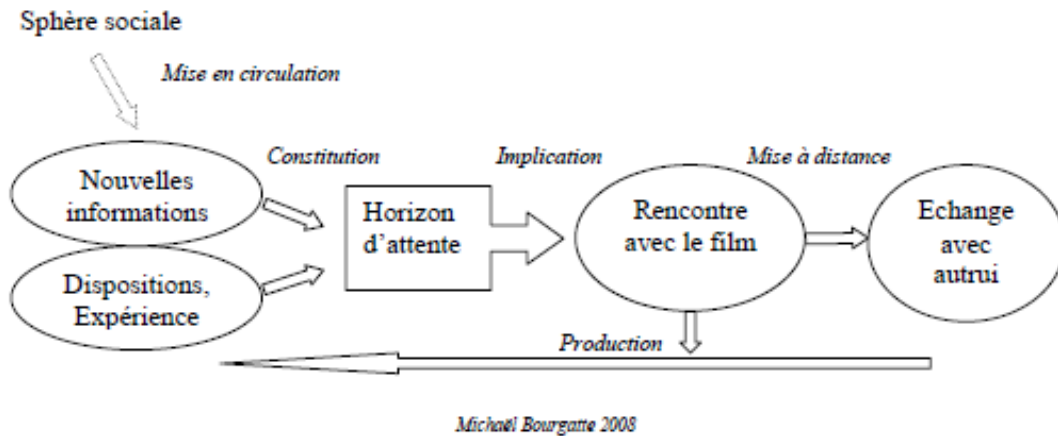
Le rapport à l'intimité dans cette cinéphilie est primordial et va s'opposer à l'aspect collectif connu du cinéma. Les cinéphiles d'aujourd'hui sont de plus en plus attachés à la consommation cinématographique à domicile : « la cinéphilie postmoderne reconnaît la consommation à domicile comme une consommation à part entière<sup>17</sup> ». Cette cinéphilie est liée au phénomène de *l'hyper spectateur* que je développerai dans le déroulé de mon mémoire. En effet, elle entraîne la modification de l'emplacement de l'objet cinématographique chez soi. La polysémie du terme *cinéphilie* laisse entrevoir qu'il s'agit d'une culture construite autour du cinéma. Il désigne une activité consciente d'observation, d'analyse du plaisir cinématographique et le savoir pratique qui résulte de son exercice. En s'appuyant sur les définitions de ce terme, on peut en déduire que la pratique cinéphile est liée à l'environnement social et esthétique. En effet, la pratique cinéphile suscite des échanges avant, pour créer l'attente et après le visionnage, pour partager son expérience. Elle est influencée par la recherche d'informations et de critiques sur les films regardés. Michael Bourgatte dans sa thèse nommée *Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma Art et Essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur*, propose également le lien de dépendance du cinéma à l'environnement social : la cinéphilie n'est pas seulement une expérience esthétique individuelle mais également une expérience influencée par la sphère sociale, comme le souligne la théorie de la réception de Wolfgang Iser dont Michaël Bouragatte s'inspire pour définir la pratique cinéphile.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> ISER Wolfgang. *L'acte de lecture. Théorie de l'effet esthétique*. Wavre : Mardaga, 1985 [1976] ; 398 p.

### Schéma de la pratique cinématographique



**Figure 1 : schéma de la pratique cinématographique de Michael Bourgate**

A travers son histoire, le cinéma a connu différentes crises liées à l'apparition de nouvelles technologies, comme nous le verrons dans une première partie. Aujourd'hui, l'expansion du numérique dans notre vie quotidienne apporte de nouvelles possibilités esthétiques mais impose également de nouveaux défis au monde du cinéma. Aujourd'hui, le film ne se limite plus à sa forme traditionnelle ; il englobe des œuvres réalisées et diffusées à travers des formats numériques variés, que ce soit en haute définition, en streaming, ou même en réalité virtuelle. Le numérique permet des libertés créatives inimaginables jusqu'à présent, modifiant ainsi la structure des récits et des genres. Les contours du mot film se sont ainsi étendus, brouillant la distinction entre le cinéma traditionnel et les nouvelles formes de contenu audiovisuel. Cette évolution redéfinit non seulement l'aspect visuel des œuvres cinématographiques, mais aussi le rapport que les spectateurs entretiennent avec les œuvres et la pratique cinématographique.

Ces nouvelles technologies s'accompagnent ainsi de nouveaux modes de consommation, qui viennent quant à eux interroger nos pratiques cinématographiques : Netflix, Amazon Prime et Disney + se sont imposés comme des acteurs incontournables du paysage audiovisuel contemporain. Ce que nous désignerons dans ce mémoire sous le nom de

plateformes correspond aux plateformes de streaming SVOD<sup>19</sup> type Netflix, Amazon Prime. Créé le 29 août 1997 par l'entrepreneur Reed Hastings, Netflix, pour prendre en exemple la plateforme préférée des Français, consistait à l'origine en un simple service de location de DVD par correspondance. Les DVD sont remplacés en 2007 par le streaming, une nouvelle façon de consommer du contenu audiovisuel avec un abonnement pour visionner du contenu en ligne. De nouvelles créations originales font leur apparition sur cette plateforme comme les séries *House of Cards*, *Orange is New Black* pour les séries, *la Demoiselle et le Dragon*, *the Kissing Booth* pour les films. Ces conceptions ont pour but de s'imposer face à leurs concurrents toujours plus nombreux en se créant une identité forte. Les plateformes sont majoritairement américaines et la seule française, Salto, est fermée le 27 mars 2023, faute d'abonnés. Bien qu'elle proposât des contenus inédits et exclusifs, produits par les groupes TF1, France Télévisions, M6 ainsi que des acquisitions de programmes cinématographiques et télévisuels français et étrangers<sup>20</sup>, elle n'a su pas trouver son public.

Désormais, une multitude d'offres sont disponibles en un clic, alliant films, séries ou encore documentaires sur diverses plateformes comme Amazon Prime Vidéo lancée en 2006, Disney+ en 2019 ou plus récemment celle d'Apple TV+ - pour citer les trois plus visitées ; d'autres existent comme HBO, qui est devenu Max. La vidéo à la demande par abonnement a pris une place si importante, qu'aujourd'hui, on n'y retrouve pas seulement des séries télévisées, mais également des types de films que l'on avait l'habitude de voir au cinéma. Cela correspond à une augmentation de 16,2% comparé à 2020. Cette pratique enracinée dans notre quotidien, modifie en elle-même la définition d'un film et son rapport avec l'institution dite cinéma. En janvier 2020, le film *The Irishman* réalisé pour Netflix par Martin Scorsese, réalisateur italo-américain mondialement reconnu et apprécié par les cinéphiles, reçoit dix nominations aux Oscars, notamment l'Oscar du meilleur film, l'Oscar du meilleur réalisateur, l'Oscar du meilleur scénario adapté et l'Oscar du meilleur acteur dans un second rôle<sup>21</sup>. Pour Laurent Creton, le film nécessite pourtant la salle obscure : « Pour se transformer en spectacle, le film a impérativement besoin de la salle, lieu magique où, dans un jeu d'ombres et de lumières, peut naître le rêve<sup>22</sup>. »

A ces interrogations suscitées par l'arrivée du numérique s'est ajoutée la crise de la COVID : 48 % des Français déclarent être revenus moins souvent ou plus du tout au cinéma

---

<sup>19</sup> Vidéo à la demande – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o\\_%C3%A0\\_la\\_demande](https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o_%C3%A0_la_demande)

<sup>20</sup> Wikipédia - Salto [https://fr.wikipedia.org/wiki/Salto\\_\(plateforme\\_SVOD\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Salto_(plateforme_SVOD))

<sup>21</sup> Marint Scorsese - Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Martin\\_Scorsese](https://fr.wikipedia.org/wiki/Martin_Scorsese)

<sup>22</sup> Creton L., *L'économie du cinéma en 50 fiches*, Armand Colin, 2008 (2<sup>e</sup> édition), Paris, p. 45



depuis la réouverture des salles le 19 mai 2021. Cependant, la fréquentation des salles de cinéma en France en 2022 est toujours la plus élevée d'Europe. Avec un nombre d'entrées en hausse de 59,2 % par rapport à 2021 et en recul de 26,9 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, la France est un des marchés européens qui rebondit le mieux au sortir de la crise. Même si le nombre de spectateurs est en hausse en 2023, les chiffres ne correspondent pas à ceux d'avant la crise du COVID. Il y a eu 180,4 millions d'entrées en 2023, soit 28,3 millions de plus qu'en 2022 mais il reste inférieur de -15,4 % par rapport à 2019. Dès 2010, le profil des spectateurs avait changé (**annexe 1**). Les seniors, au départ minoritaires dans les salles obscures, cumulent une part toujours plus importante d'entrées par rapport aux moins de 25 ans<sup>23</sup>. Ils représentent désormais plus de 40 %<sup>24</sup> de celles-ci selon une étude réalisée en 2023. On peut également constater une baisse de la fréquentation des 25-34 ans<sup>25</sup> ainsi qu'un recul du nombre d'entrées moyen des CSP+ en 2023<sup>26</sup>, pourtant premiers à aller au cinéma.

C'est dans ce contexte de crise et de modifications sociales que mon mémoire s'articule. Nous nous interrogerons donc sur les adaptations de l'art cinématographique et de la pratique cinéphile à l'apparition et l'expansion du numérique, accentué par la crise de la Covid. Il vise à analyser comment le numérique favorise le développement de la cinéphilie, en examinant les pratiques de visionnage à domicile et en salle, ainsi que les méthodes contemporaines de recherche et d'information sur les films. Le point crucial réside dans le fait que les frontières entre les différentes cinéphilies deviennent de plus en plus floues, et que le domicile et la salle de cinéma ne s'opposent pas mais se complètent, étant exploités de manière à enrichir l'expérience cinématographique.

À présent, avec une meilleure compréhension des recherches qui ont précédé mon étude et de la définition de la cinéphilie, différentes questions peuvent se poser. Qu'est-ce qu'un film à notre époque ? Les films de plateformes sont-ils des films de cinéma ? Qu'est-ce qui se joue dans la cinéphilie avec l'implantation du numérique ? Où peut-on se renseigner pour avoir des informations fiables ? Est-ce la fin des films en salle avec la propagation des plateformes ? Pour tenter d'y répondre, nous allons regrouper ces différentes questions à travers la problématique suivante : **Comment le numérique a-t-il changé notre façon de consommer les films ?**

---

<sup>23</sup> CNC, Le public du cinéma en 2023, [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2023\\_2218927](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2023_2218927)

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

Dans ce mémoire, je traiterai la pratique cinématographique d'un point de vue sociologique. La sociologie repose sur l'étude des questions, des rapports et des habitudes sociales selon les lieux de diffusion. Ce mémoire portera essentiellement sur les dernières décennies, en commençant au début des années 2000. C'est à cette période que la transition numérique a commencé à profondément transformer le cinéma, notamment avec l'avènement du Web. Ce tournant a permis la transposition en ligne de divers phénomènes à la réception des films, ainsi que l'émergence de nouvelles pratiques cinématographiques et communautaires. Bien que cette période couvre plusieurs décennies, nous concentrerons notre analyse sur les années récentes, où l'impact du numérique sur le cinéma s'est intensifié, en particulier via les plateformes de streaming et les réseaux sociaux, qui ont radicalement changé la manière dont les films sont produits, diffusés et consommés.

Avant toute collecte de données sociologiques, j'ai décidé de tracer les délimitations de ce mémoire avec l'aide de différents ouvrages. Pour ce faire, j'ai appuyé mes recherches théoriques sur les différents apports des sciences sociales. La majeure partie des ressources académiques convoquées émanent des recherches passées ou récentes autour de l'évolution de la cinéphilie, de l'histoire du cinéma, de la critique de la recommandation cinéphile et des plateformes de streaming. Parmi mes lectures, je me suis appuyée sur différents thèmes à la fois sur la sociologie du cinéma, la critique de cinéma, la crise du cinéma face au numérique et des articles plus spécifiques sur les études de comportement fournies par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée).

Afin d'obtenir des données fiables et exploitables, j'ai ensuite approché le secteur du cinéma à l'aide d'intermédiaires comme Marielle, assistante-marketing chez Pathé Films, grâce à un entretien semi-directif individuel. Je me suis également appuyée sur un questionnaire autour de la consommation cinématographique au cinéma et sur un écran personnel diffusé auprès de deux réseaux de cinéphiles parisiens. J'ai choisi la région parisienne car elle dispose de 420 écrans de cinéma ce qui en fait la région avec le plus de cinémas et donc plus à même de correspondre à mes cibles, la première étant les cinéphiles amateurs, c'est-à-dire des personnes participant à des soirées vidéo clubs, et la deuxième, les cinéphiles savants, afin de savoir si chez les professionnels, le numérique a également eu un impact. Ces questionnaires s'accompagnent d'entretiens plus poussés avec quelques cinéphiles aux profils appartenant aux deux catégories évoquées.

Pour compléter les éléments abordés, nous porterons une attention particulière à différents réseaux sociaux comme Tiktok et Youtube mais également à des sites spécialisés dans le domaine du cinéma et des séries télévisées à savoir IMDb et Allociné car ils jouent un rôle majeur dans la cinéphilie. Les critiques, notes, interviews présentes sur ces réseaux sociaux et ces sites jouent un rôle crucial dans la décision d'achats de billets. Tiktok, grâce à son format court et basé sur la viralité, permet d'influencer efficacement le choix des spectateurs. YouTube, de son côté, propose un espace pour des analyses plus longues et plus poussées, des critiques, des interviews, et des discussions qui peuvent avoir un impact durable sur la notoriété d'un film et sur la culture cinéphile en général. En les observant, on peut mieux comprendre les dynamiques modernes de la promotion cinématographique et l'influence croissante des créateurs de contenu sur les goûts et les comportements des spectateurs. Afin de répondre à cette étude, nous nous intéresserons tout d'abord à l'histoire du cinéma et de son renouvellement perpétuel. Il est indispensable de comprendre quels ont été les changements et comment ils ont été appréhendés du point de vue des professionnels. Cette rétrospective liée à l'exploration des « morts » du cinéma ainsi que la mise en contexte actuelle, vue par les professionnels et les particuliers, a pour but de comprendre comment le cinéma s'est réinventé face aux crises subies.

Nous étudierons dans une deuxième partie les rituels sociaux face aux films selon deux lieux de diffusions : la salle de cinéma et le domicile afin de déterminer quelles sont leurs différences. Pour finir, nous analyserons la recommandation et la critique cinéphile de nos jours à travers les sites comme Allociné, Imdb, l'algorithme de Netflix et l'influence des réseaux sociaux sur la critique de films.

# Partie 1 : L'émergence des problématiques liées au film

## A) Une disparition du cinéma ?

### - Les différentes crises du cinéma

La naissance du cinéma, grâce à Louis et Auguste Lumière en 1895<sup>27</sup>, a été un tournant majeur dans l'histoire de l'art et du divertissement. Cette innovation a ouvert la voie à une nouvelle ère de divertissement visuel et a rapidement captivé l'imagination du public.

Le cinéma a rapidement gagné en popularité, devenant un élément essentiel à la culture mondiale. Des salles de cinéma ont été ouvertes dans le monde entier, offrant aux spectateurs un lieu de rassemblement pour apprécier des films sur grand écran. Au fil des décennies, le cinéma est devenu un art majeur, avec des réalisateurs, des acteurs et des techniciens talentueux qui ont contribué à créer des œuvres cinématographiques emblématiques. Le cinéma que nous connaissons est celui avec de la 3D, des images en haute définition. Ces éléments que nombre d'entre nous considèrent comme acquis sont des innovations qui sont nées sur le long terme avec des avancées technologiques, mais aussi des adaptations du secteur pour rester dans le cœur des français.

Les modifications apportées ne sont pas uniquement basées dans le rapport du cinéma aux spectateurs, mais dans le cœur de son industrie. Dans les années 1907-1908, nous pouvons assister à la naissance de l'institution cinématographique comme nous la connaissons aujourd'hui. Avec la fin de la vente des films aux salles itinérantes<sup>28</sup>, nous pouvons observer la création d'un nouveau modèle économique des films à savoir un système de location et de développement de salles fixes spécifiques au cinéma. Paris montrera le chemin avec la création des 3 premières salles fixes, le Théâtre Cinématographe Pathé, le Kinema-Théâtre Gab-Ka et

---

<sup>27</sup> García Martín, P. (2019, 26 février). *Comment les frères Lumière ont inventé le cinéma*. National Geographic.

<sup>28</sup> André Gaudreault et Philippe Marion, *La fin du cinéma ? - 2e édition revue et augmentée : La résilience du cinéma à l'ère du numérique*, Éditions Armand Colin, 2023, 432 pages.

l'Alhambra du boulevard de la Villette. La dimension des salles est encore modeste : jamais plus de 300 places<sup>29</sup>. Ces salles seront suivies par beaucoup d'autres peu de temps après.

L'arrivée de ce mode de consommation a fait parler, mais pas autant que l'arrivée du parlant au cinéma. Le premier film connu est *The Jazz Singer* sorti en 1927, réalisé par Alan Crosland<sup>30</sup>. Ce film a utilisé le procédé Vitaphone pour synchroniser le son avec l'image, marquant ainsi le début de l'ère du cinéma parlant. Lucien Wahl, journaliste du « Le Petit Bleu », journal parisien d'informations générales, est considéré comme un des premiers à avoir estimé nécessaire, dans un article de 1911, la création d'une critique cinématographique à l'instar de la critique dramatique<sup>31</sup>. A cet effet il déclare en 1928 : « le cinéma est pur quand il se tait »<sup>32</sup>. L'arrivée du parlant a ébranlé les habitudes cinéphiles avec une peur de perte de qualité de l'image au profit du son, mais aussi du caractère sacré accordé au muet<sup>33</sup>. Malgré cette peur, l'introduction du son a permis aux cinéastes d'explorer de nouvelles techniques narratives, notamment en incorporant des dialogues, des effets sonores et de la musique originale dans leurs films. Cela a également ouvert la porte à de nouveaux genres cinématographiques tels que les comédies musicales et les films de dialogue.

Cet art continue de se développer mais voit son concurrent, la télévision, tenter d'entrer dans les foyers au début des années 1950. À ses débuts, ce média peine à intégrer le cœur des français. En effet, il est rejeté par les pouvoirs publics français jusqu'en 1953. Seul 1 % des ménages français possèdent une télévision en 1954<sup>34</sup>. En 1958 encore, à peine 10 % des foyers sont équipés en téléviseurs<sup>35</sup>. Selon le journaliste Paul Benoist, « la télévision est belle mais pauvre »<sup>36</sup>. De fait, produire une émission coûte cher et il faut équiper le pays en émetteurs. Après des investissements, elle est pleinement intégrée dans les foyers français, son succès est sans appel. De 24 000 postes en 1952<sup>37</sup>, on passe à 1 million en 1959<sup>38</sup>, puis à 10 millions en

---

<sup>29</sup> Cherifi, L. (2023). *Le cinéma français : des frères Lumière à la Nouvelle Vague : Le septième art entre vague et lumière*. Paris : L'Harmattan.

<sup>30</sup> Le Chanteur de jazz, wikipédia

<sup>31</sup> Lucien Wahl, Wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Lucien\\_Wahl](https://fr.wikipedia.org/wiki/Lucien_Wahl)

<sup>32</sup> Le navet d'aujourd'hui sera demain qualifié de chef-d'œuvre demain cinémagazine n°24, page 426

<sup>33</sup> Gaudreault et Marion, *op. cit.*, p. 16

<sup>34</sup> Gaillard, I. (2004). Télévision et chronologies. *Hypothèses*, 7, 171-180. <https://doi.org/10.3917/hyp.031.0171>

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> P. Benoist, *Télévision, un monde qui s'ouvre*, Paris, 1953, p. 44.

<sup>37</sup> Leroux, P. (2014). Isabelle Gaillard, *La télévision. Histoire d'un objet de consommation, 1945-1985*: Paris, Comité des travaux historiques et scientifiques/Institut national de l'audiovisuel, coll. cths Histoire, 2012, 352 pages. *Questions de communication*, 25, 414-415. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9158>

<sup>38</sup> GAILLARD Isabelle, *op. cit.*, *La télévision – Histoire d'un objet de consommation*. P17

1968<sup>39</sup>. La télévision est radicalement adoptée puisqu'en 1984, 92%<sup>40</sup> des ménages disposent d'un récepteur de télévision.

Sa présence dans la majorité des domiciles amène non seulement les films directement dans le quotidien des familles mais aussi divers contenus originaux comme des séries, les actualités. Les Français, sans dépenser d'argent supplémentaire que l'achat d'une télévision, accèdent à une multitude de contenus : c'est la naissance du cinéma chez soi. Une rupture s'inscrit dans la construction du cinéma, le visionnage d'un film peut désormais se faire sur un écran personnel. L'écran se privatise et le rapport aux images est différent de celui des salles obscures. Ainsi, la coupure entre le quotidien et le spectacle est moins nette car nous restons dans notre salon, chambre, cuisine. Le point le plus important est que le téléspectateur est en capacité de choisir de changer de programme au gré de ses envies, élément que le cinéma ne pourra jamais contrer. Le téléspectateur est actif dans son comportement de spectateur. Cette menace est prise au sérieux par les professionnels du cinéma. J'ai choisi comme couverture de ce mémoire le magazine Paris Match N° 226 du 18-25 juillet 1953 avec Marilyn Monroe en première page qui a pour titre : « Le cinéma va-t-il disparaître ? La crise dramatique de Hollywood et la bataille désespérée des procédés nouveaux contre la télévision ». D'abord en noir et blanc puis en couleurs, elle permet aux téléspectateurs de profiter d'images plus riches et plus réalistes, ouvrant ainsi la voie à de nouveaux types de programmation visuelle. Cette dynamique prend du temps de visionnage au cinéma et réduit drastiquement les places achetées en salle. Dès les années 1954, nous pouvons constater une baisse des entrées et une hausse des redevances télévision (**annexe 2**).

En réponse à ces créations, de nouvelles technologies sont développées pour contrer la télévision. Parmi ces innovations, les écrans de cinéma sont devenus plus grands et plus puissants, offrant une qualité d'image et de son supérieur à ce que les téléspectateurs peuvent trouver chez eux. C'est le cas aussi pour l'agrandissement des écrans avec la naissance des rations larges, c'est-à-dire des écrans larges et formats panoramiques comme le Cinémascope, le Cinerama. La télécommande, compagne de la télévision, fait son apparition au salon de la radiotélévision de 1961<sup>41</sup>. Son utilisation n'est pas encore d'actualité car la télévision ne disposait que d'une chaîne. Elle s'imposera dans les années 1980 et démocratisera le

---

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> GAILLARD Isabelle, *op. cit.*, *Hypothèses*, p.17

<sup>41</sup> Ibid.

« zapping ». Selon l'enquête sur les pratiques culturelles de 1973-2018, menée par le Ministère de la Culture en 2020, 78 % de la génération née entre 1985 et 1994 et 58 % des personnes nées entre 1995 et 2004 regardaient la télévision quotidiennement. On peut donc en déduire que les personnes plus âgées regardent davantage la télévision. L'avènement de la télévision haute définition a révolutionné l'expérience télévisuelle en offrant des images plus nettes et plus détaillées, avec une résolution supérieure à celle des télévisions traditionnelles ainsi qu'une meilleure qualité d'image avec, pour certaines, une qualité d'image digne d'une salle de cinéma<sup>42</sup>. La télévision introduit la notion de « téléfilm », qui correspond à une fiction qui cherche à s'apparenter à une production cinématographique mais disposant de budgets moindres et restant soumis aux contraintes des cahiers des charges<sup>43</sup>. Grâce à son accessibilité, son effet n'est pas uniquement négatif puisqu'elle diffuse la culture cinéphilique dans des couches plus vastes de la population. Elle diffuse entre autres de nombreux films anciens, leur redonnant une actualité. Elle informe également sur l'actualité des productions cinématographiques.

Elle est par la suite complétée par l'arrivée dans les foyers du magnétoscope qui a marqué une étape importante dans l'histoire de la télévision. Apparu dans les années 1970, le magnétoscope a été l'unique outil permettant aux téléspectateurs d'enregistrer des émissions de télévision, films et de les regarder ultérieurement à leur convenance, son taux d'équipement atteint 40 % des foyers en 1990<sup>44</sup> et en 1995, 90 %<sup>45</sup> des possesseurs de magnétoscopes enregistrent des films ou des émissions diffusées à la télévision sur cassettes. D'ailleurs, avant 1990, la télévision n'avait aucune restriction concernant la diffusion de films. Aujourd'hui, selon les principes décrits dans le décret du 17 janvier 1990 encore en vigueur, les films ne peuvent être diffusés que sur certaines plages horaires étendues le mercredi soir, vendredi soir, samedi toute la journée et le soir, dimanche après-midi<sup>46</sup> afin de défendre l'exploitation en salles. L'objectif principal était de maximiser les revenus des films en salles avant qu'ils ne soient accessibles à un public plus large via la télévision.

---

<sup>42</sup> AKOUN André, « - 3 - Le cinéma », dans : , *Sociologie des communications de masse*, sous la direction de AKOUN André. Vanves, Hachette Education, « Les Fondamentaux », 1997, p. 37-44. URL : <https://www.cairn.info/sociologie-de-la-communication-de-masse--9782011452382-page-37.htm>

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> L'évolution du secteur de l'exploitation cinématographique, Le Sénat Rapport d'information n° 308 (2002-2003), déposé le 21 mai 2003

<sup>45</sup> <https://www.senat.fr/rap/r02-308/r02-308.html>

<sup>46</sup> Rapport au Gouvernement sur l'application du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié par le décret n° 2020-984 du 5 août 2020 (modification du régime de diffusion des œuvres cinématographiques sur les services de télévision). Remis le : 1er décembre 2022 <https://www.vie-publique.fr/rapport/287435-diffusion-des-oeuvres-cinematographiques-sur-les-services-de-television>

Après le magnétoscope, le lecteur vidéo et le DVD (Digital Video Disc ou Digital Versatile Disc) commercialisés en 1998<sup>47</sup> ont également ouvert la voie à de nouvelles pratiques de consommation de médias, telles que la location de films et la création de collections personnelles de cassettes vidéo. Dès la fin d'année 2004, 60% des Français possèdent un lecteur DVD<sup>48</sup>. L'utilisation du lecteur DVD ou des cassettes ajoute de nouvelles façons de découvrir et détailler les films comme le ralenti, la pause et l'accélération, qui permettent aux téléspectateurs de se passer en boucle leurs scènes préférées ou d'analyser un moment de cinéma précis. Il a contribué à populariser l'idée de la consommation à la demande, où les téléspectateurs ont le loisir de choisir ce qu'ils veulent regarder et quand ils veulent le regarder. D'ailleurs, ce concept est devenu encore plus répandu avec l'avènement du streaming en ligne. Netflix fait partie des entreprises qui proposaient initialement ce service en fournissant un service en ligne de location et d'achat de DVD livrés à domicile. Elle a ensuite proposé la location moyennant un abonnement mensuel.

La France s'étant fortement équipée, 60 % des Français possèdent un lecteur DVD en fin d'année 2004<sup>49</sup>. Ces technologies furent un premier pas qui contribua à l'écriture de la cinéphilie en créant ainsi des autodidactes. Ces spectateurs peuvent non seulement se forger une culture cinématographique mais aussi une collection personnelle. Ils peuvent également acquérir une technique du cinéma par l'observation approfondie des films. Cette suite d'innovations a révolutionné les habitudes de visionnage, offrant aux téléspectateurs un contrôle accru sur leur programmation télévisuelle en complément de la télécommande. Grâce à elles, ils peuvent désormais enregistrer des émissions pendant qu'ils sont absents ou occupés, puis les visionner à un moment qui leur convient mieux. Cela a donné aux téléspectateurs la liberté de planifier leur propre emploi du temps de visionnage et ainsi de changer leur façon d'interagir avec la télévision. En outre, les cassettes et les DVD restent des objets d'interaction sociale et d'échange. Ils permettent également de constituer une collection personnelle, offrant ainsi la possibilité de développer sa propre culture cinéphile.

Au vu de tous les concurrents et de toutes les innovations techniques, nous pouvons constater que même si des changements se sont opérés dans son industrie, le cinéma a su se renouveler et renaître pour établir les normes d'aujourd'hui. Ce nouveau système d'innovation

---

<sup>47</sup> DVD – Wikipédia <https://fr.wikipedia.org/wiki/DVD>

<sup>48</sup> Le Parisien (2005, 12 mai). *60 % des Français ont un lecteur DVD*. Le Parisien. <https://www.leparisien.fr/societe/60-des-francais-ont-un-lecteur-dvd-12-05-2005-2005940900.php>

<sup>49</sup> Le Parisien. (2005, 12 mai). *60 % des Français ont un lecteur DVD*. <https://www.leparisien.fr/societe/60-des-francais-ont-un-lecteur-dvd-12-05-2005-2005940900.php>



peut faire référence à la notion de destruction créatrice. C'est le processus économique continu par lequel l'irruption sur les marchés d'innovations défie les entreprises déjà implantées et conduit les moins productives à disparaître<sup>50</sup>. Son effet principal est la destruction d'un produit par une autre innovation comme l'appareil numérique et les photos instantanées. Ce phénomène est aussi applicable au cinéma dans la mesure où les avancées techniques comme l'arrivée du parlant sont devenues pour les spectateurs un indispensable, effaçant quasiment le muet des contenus cinématographiques. Le cinéma parlant est désormais considéré comme une norme essentielle dans l'industrie cinématographique. Le cinéma muet, autrefois prédominant, est devenu une rareté. Cette transition a entraîné l'établissement de nouvelles normes et standards obligatoires pour les films, transformant la production, la distribution et la consommation de films.

Le cinéma, un art centenaire, a toujours su évoluer au fil du temps, s'adaptant aux changements technologiques et culturels pour rester pertinent et captivant. Autrefois, la qualité des images et du son était moins cruciale. Les films étaient souvent projetés dans des conditions techniques limitées, telles que les projecteurs à pellicule et les enregistrements sonores analogiques. Les spectateurs étaient plus enclins à pardonner les imperfections techniques au profit de l'histoire, de la performance des acteurs et de la vision artistique du réalisateur. Les évolutions techniques ont rendu les spectateurs plus exigeants et l'émergence du numérique représente une menace sans précédent pour cet héritage cinématographique.

#### - **La covid, la confirmation d'un changement**

Dans le cadre de ce mémoire, il est indispensable d'expliquer le phénomène des plateformes numériques faisant partie intégrante de la révolution numérique de l'audiovisuel. Le contexte technologique en France est favorable à son développement. Selon une étude de l'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse), « Le marché des communications électroniques du 31 janvier 2007 », le nombre d'abonnements bas débit a diminué de 30,3 % en 2005 et celui du haut débit de 44,3 % entre 2000 et 2005<sup>51</sup>. Lancé en 2013, le plan France Très Haut Débit<sup>52</sup> a pour objectif

---

<sup>50</sup> Destruction créatrice, Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Destruction\\_cr%C3%A9atrice](https://fr.wikipedia.org/wiki/Destruction_cr%C3%A9atrice)

<sup>51</sup> Vidéo à la demande - Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o\\_la\\_demande](https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o_la_demande)

<sup>52</sup> Économie.gouv. (2019, 23 mai). *Plan France Très Haut Débit : garantir l'accès de tous à un internet performant*. <https://www.economie.gouv.fr/plan-france-tres-haut-debit-garantir-acces-internet-performant>

l'accès à un internet performant. Ces avancées ont largement contribué au développement de concurrents du cinéma puisqu'une connexion à internet est quasiment obligatoire pour y avoir accès. Pour ce mémoire, nous nous pencherons plus particulièrement sur les plateformes SVOD. Toutefois, il est également important de passer en revue l'offre de plus en plus variée afin de mieux comprendre les comportements des consommateurs. La VOD, vidéo à la demande, est une technique de diffusion de contenus<sup>53</sup>. Elle permet à tout utilisateur de visionner un grand nombre de contenus, tels que des films, des séries, des émissions de télévision, des documentaires ou encore des rediffusions de concerts. Ce mode de diffusion se développe depuis le début des années 2000 à la suite de la démocratisation massive des accès internet à haut débit chez les particuliers. Par cette pratique, l'utilisateur ne paie que lorsqu'il souhaite visionner son film. Nous connaissons deux formes. La première est la SVOD<sup>54</sup> (VOD avec abonnement ; VADA en français) permet d'accéder avec un abonnement payant à un catalogue de VOD professionnel généralement sans publicité, en illimité et sans engagement. La deuxième, l'AVOD (VOD gratuite avec publicité), est un système où l'utilisateur peut accéder gratuitement à un catalogue de VOD professionnel en illimité, ceci légalement et entièrement financé par la publicité. Youtube et IMDb TV font partie de cette catégorie. La condition principale de son fonctionnement est que l'œuvre tombe dans le domaine public<sup>55</sup>. Il existe deux modes de diffusion : le mode *pull*, plus couramment appelé streaming ou lecture en continu. Ce système de visionnement lit un flux vidéo sur un serveur distant. Le mode *push*, ou téléchargement, s'effectue sur un support de stockage. Il est beaucoup utilisé de nos jours par les services de VOD pour le mode hors ligne.

Les plateformes comme Netflix, Amazon Prime dépendent d'une autre technologie, le service par contournement (ou hors offre du fournisseur d'accès à l'Internet ; en anglais over-the-top service ou OTT<sup>56</sup>). Il fait référence à un contenu qui provient d'un tiers, et qui est livré à l'appareil de l'utilisateur par un fournisseur d'accès Internet qui sert uniquement de transport de paquets IP<sup>57</sup>. À la différence de l'achat ou de la location de contenu audio ou vidéo auprès d'un fournisseur de réseau traditionnel, comme la télévision payante, la vidéo à la demande ou la télévision IP.

---

<sup>53</sup> Vidéo à la demande, Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o\\_%C3%A0\\_la\\_demande](https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o_%C3%A0_la_demande)

<sup>54</sup> De l'anglais « *subscription video on demand* »

<sup>55</sup> Depuis une directive européenne du 29 octobre 1993, et donc dans l'ensemble des pays membres de l'Union, les œuvres entrent dans le domaine public « soixante-dix ans après le décès de leur auteur ou, s'il s'agit d'une œuvre de collaboration, 70 ans à compter du décès du dernier auteur survivant ».

<sup>56</sup> Service par contournement Wikipédia - [https://fr.wikipedia.org/wiki/Service\\_par\\_contournement](https://fr.wikipedia.org/wiki/Service_par_contournement)

<sup>57</sup> Service par contournement, Wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Service\\_par\\_contournement](https://fr.wikipedia.org/wiki/Service_par_contournement)

Ces modes de consommations correspondent à une méthode nommée **ATAWAD**. Elle est l'acronyme de Any Time Any Where Any Device, ce qui, en français, veut dire « N'importe quand, n'importe où, n'importe quel terminal ». Elle est directement liée aux accomplissements du milieu du numérique. La transposition de ce précepte se manifeste par la mise en place de multiples points d'accès aux services de VOD (ordinateur, terminaux mobiles, télévision connectée...). La recherche d'une présence déclinée sur des canaux variés doit permettre de rencontrer au mieux les attentes du public et favoriser l'appropriation du catalogue<sup>58</sup>.

Connu internationalement pour ses séries comme *House of Cards*, Netflix est pionnière dans les projets dits de plateforme sous l'appellation « Netflix original ». Une précision concernant ce nom est donnée par Yann Lafargue, porte-parole de Netflix en Europe : il désigne « un contenu qu'on a soit acheté, soit produit de A à Z, mais ça peut aussi juste signifier qu'on a les droits de diffusion de manière exclusive dans une région donnée ». Netflix se distingue en misant sur l'exclusivité de son catalogue pour élargir son parc d'abonnés. Les plateformes de streaming « touchent une cible de jeunes spectateurs ; or, on sait que les adultes qui vont au cinéma sont ceux qui y sont allés lorsqu'ils étaient très jeunes, nous sommes donc préoccupés par le léger fléchissement observé dans la fréquentation du cinéma par le jeune public<sup>59</sup> », indique Erwan Escoubet, directeur des affaires réglementaires et institutionnelles de la fédération nationale des cinémas français (FNCF).

Dans ce contexte inquiétant pour le monde du cinéma, une crise mondiale a mis à mal tous les secteurs mais surtout les secteurs qualifiés de non-essentiels<sup>60</sup>, comme celui du divertissement et du cinéma. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) déclare le 11 mars 2020 que l'épidémie due à la COVID-19 est désormais considérée comme une pandémie, la première causée par un coronavirus. Le monde entier se confine et l'accès aux salles est interdit car indiqué comme non-essentiel en France. La campagne de vaccination s'accélère en France, où le pass sanitaire devient obligatoire pour entrer dans les bars, cafés, restaurants, mais aussi dans les lieux de santé, ou encore les transports publics longue distance.

---

<sup>58</sup> THUILLAS Olivier, WIART Louis, « Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2019/1 (N° 20/1), p. 39-55. DOI : 10.3917/enic.026.0039. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2019-1-page-39.html>

<sup>59</sup> CCI Les Cahiers du Crocis. (2020, juillet). *Les cinémas franciliens dans l'attente d'une reprise incertaine* (No 42). CCI. <https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/crocis/services/cinemas-franciliens>

<sup>60</sup> Gestas, M. de. (2020, 26 novembre). *Réouverture des commerces « non-essentiels » : d'où vient ce mot ?* Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/actu-des-mots/reouverture-des-commerces-non-essentiels-d-ou-vient-ce-mot-20201126>

Le monde entier se trouvant privé de divertissement et ayant l'obligation de rester à la maison, se dirige massivement vers les plateformes pour s'échapper du quotidien.

Léa la cinéphile a pris son abonnement pour les plateformes pendant la Covid : « Avec la COVID et parce que j'étais au Québec aussi et que la culture cinématographique est moins importante côté Québec, je dirais que depuis 2 ans, j'ai commencé à regarder des films et séries sur Netflix et sur Canal Plus quand les films ne sont plus en salle au cinéma. **(annexe 7, entretien 3)**. » Selon les chiffres de l'Observatoire de la vidéo à la demande du CNC de 2021, la VOD représente 85 % du marché de la vidéo dans sa globalité contre 4 % il y a 12 ans. Le rapport aux divertissements est modifié. Sa seule accessibilité à domicile entraîne de nouvelles habitudes. Pendant cette période, les professionnels trouvent des opportunités pour défendre leurs films face aux plateformes. La Cinémathèque française a ouvert une salle virtuelle, nommée Henri, diffusant chaque soir à 20h30 un film restauré de sa collection<sup>61</sup>. Chacun des films mis en ligne est resté disponible jusqu'à la fin du confinement en France.

Une nouvelle problématique apparaît pour les salles et les potentiels spectateurs, l'embouteillage de sortie de films. "On craint un massacre"<sup>62</sup>, s'inquiète Jean Labadie, directeur de la société de distribution Le Pacte. En effet, les salles peuvent mettre en avant les films type blockbusters pour s'assurer une rentabilité en défaveur des films d'auteurs. Un embouteillage en faveur des plateformes car elles n'ont pas limité de créneaux de diffusion. Dans ce cadre, en France, Amazon Prime Vidéo a mené une politique agressive d'acquisition. Par exemple, le film *Pinocchio* de Matteo Garrone a été proposé en exclusivité sur Amazon Prime Video en France à partir du 4 mai 2020. Après une belle carrière en salle en Italie, Le Pacte avait dû repousser sa sortie française, initialement prévue le 18 mars 2020. De la même façon, Netflix a acquis les droits de *Madame Claude*, de Sylvie Verheyde.

*Pinocchio*<sup>63</sup> rejoint ainsi le film français *Forte*, distribué par TF1 Studio, qui avait plus tôt annoncé sa sortie exclusive sur la plateforme d'Amazon. *Pinocchio* fait partie de cette poignée de films familiaux Art et Essai qui, chaque année, constituent une alternative européenne stimulante et attrayante aux films d'animations des majors américaines. C'est justement parce que la société Le Pacte est une référence pour la distribution Art et Essai que son accord sur *Pinocchio* avec Amazon nous inquiète » souligne le président de l'AFCAE (Association

---

<sup>61</sup> La Cinémathèque Française, 198 films rares de la Cinémathèque française à voir en ligne, la Cinémathèque française, <https://www.cinematheque.fr/henri/a-propos/>

<sup>62</sup> Choquet, I. (2021, 31 mars). *Coronavirus : vers un embouteillage dans les salles de cinéma ?* RTL. <https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/coronavirus-vers-un-embouteillage-dans-les-salles-de-cinema-7900014625>

<sup>63</sup> Aymé, F. (2020, 10 mai) *Le film "Pinocchio" de Mateo Garrone, symbole de la crise du cinéma*, La nouvelle république, <https://www.art-et-essai.org/actualites/1166263/pinocchio-sur-amazon-une-exception-conjoncturelle-ou-une-alerte>

Française des Cinémas d'Art et d'Essai)<sup>64</sup>. L'accord entre Le Pacte et Amazon soulève des questions sur les relations entre les plateformes de streaming et la distribution traditionnelle. Le 19 mai 2021, les salles ouvrent après deux mois de fermeture complète avec différentes contraintes. Le port du masque obligatoire est systématique dans les lieux clos réunissant plusieurs personnes. Une jauge, c'est-à-dire la capacité maximale d'accueil d'un lieu, est mise en place. Elle évoluera jusqu'au 9 juin 2021. La jauge sera de 35 % avec un couvre-feu à 21 h, jusqu'au 30 juin 2021 ; elle sera augmentée à 65 %<sup>65</sup> et le début du couvre-feu sera à 23h. En janvier 2022, le gouvernement instaure le pass vaccinal et l'interdiction de vendre des confiseries dans les salles de cinéma. Face à la mise en place du pass sanitaire pour accéder à leurs cinémas, de nombreux exploitants ont décidé d'abaisser leur jauge à 49 spectateurs par salle ou par établissement dans le but d'échapper au décret du 19 juillet 2021 rendant obligatoire le pass sanitaire dans de nombreux lieux culturels à compter du 21 juillet. La levée complète des restrictions sanitaires est récente puisqu'elle remonte au 14 mars 2022.

Pendant ce confinement, les services de vidéo à la demande comptent, quant à eux, de plus en plus d'adeptes. La part des personnes interrogées disposant d'au moins un abonnement à ce type de services passe de 36 % en 2019 à 55 % en 2022<sup>66</sup>. Une étude de l'Institut Vertigo pour le CNC réalisée « Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma ? » avec un panel de 1 176 français âgés de 3 ans et plus montre que 490 personnes déclarent aller moins souvent au cinéma soit 38 % car elles en ont perdu l'habitude et ce, toutes générations confondues. L'obligation de porter le masque est le 3<sup>e</sup> frein pour 33 % des interrogés<sup>67</sup>.

---

<sup>64</sup> Aymé, F. (2020, 5 Mai) Pinocchio sur Amazon : Une exception conjoncturelle ou une alerte ?

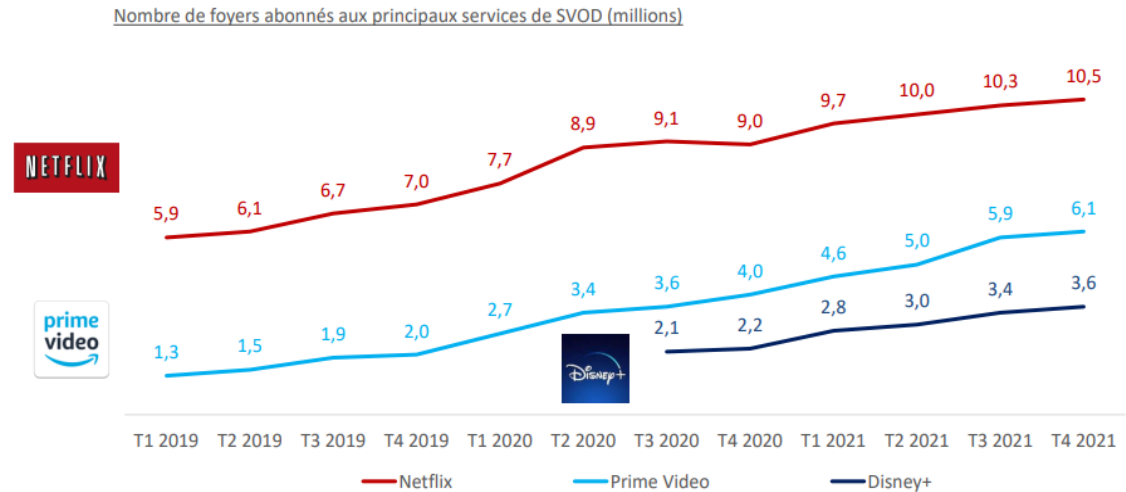
<https://www.art-et-essai.org/actualites/1166263/pinocchio-sur-amazon-une-exception-conjoncturelle-ou-une-alerte>

<sup>65</sup> FranceInfo (2021, 8 juin) Pass sanitaire, jauge à 65%, couvre-feu à 23 heures : ce qui change dans les lieux culturels à partir de mercredi [https://www.francetvinfo.fr/culture/spectacles/theatre/pass-sanitaire-jauge-a-65-couvre-feu-a-23-heures-ce-qui-change-dans-les-lieux-culturels-a-partir-du-9-juin\\_4655609.html](https://www.francetvinfo.fr/culture/spectacles/theatre/pass-sanitaire-jauge-a-65-couvre-feu-a-23-heures-ce-qui-change-dans-les-lieux-culturels-a-partir-du-9-juin_4655609.html)

<sup>66</sup> ARCEP, BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE édition 2022 Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française. L'enquête s'est déroulée entre le 15 juin et le 15 juillet 2022 auprès de 4 184 personnes [https://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/rapport-barometre-numerique-edition-2022-Rapport.pdf](https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-barometre-numerique-edition-2022-Rapport.pdf)

<sup>67</sup> CNC (2022, 23 mai) Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma?

[https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema\\_1693485](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema_1693485)



Source : Baromètre de la Consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive

**Figure 2 Un essor des plateformes de SVOD, dès 2019, accéléré par la pandémie <sup>68</sup>**

De plus l'étude commandée à l'IFOP par l'Association française des cinémas d'Art et Essai (Afcæ) sur « les films et les séries sur les plateformes de streaming »<sup>69</sup> montre que sur les abonnés à une offre de vidéo à la demande, 29 % des personnes interrogées déclarent aller « moins souvent au cinéma » et 12 % « ne plus y aller » du tout.

Les réponses collectées lors de mon enquête vont dans le sens de ces études. A la question **Sentez-vous une différence depuis la covid dans votre rapport au films ?** alors que l'on pourrait penser que les professionnels seraient épargnés par ce phénomène de par leur amour de la salle obscure, ils déclarent eux aussi être touchés par cette modification. « Avant, je ne regardais pratiquement aucun film ou série sur les plateformes. Depuis le COVID, je regarde autant de films au cinéma que sur les plateformes ». Les exemples de réponses que j'ai eues pour les professionnels corroborent ceci (**annexe 3, questionnaire 1**)

« Oui, avant le Covid j'allais au cinéma toutes les semaines. Depuis je pense que j'y vais moins, je dirai 1 à 2 fois par mois. »

« Je vais plus au cinéma. »

<sup>68</sup> CNC, *Pourquoi les Français vont moins souvent au cinéma ? Un essor des plateformes de SVOD, dès 2019, accéléré par la pandémie* <https://www.cnc.fr/documents/36995/1617915/Etude++Pourquoi+les+Fran%C3%A7ais+vont+ils+moins+souvent+au+cin%C3%A9ma.pdf/a50360fb-ac02-b86b-74c6-75fab3433af7?t=1653296035510>

<sup>69</sup>ACFAE, *Les films et les séries sur les plateformes de streaming* [https://www.art-et-essai.org/sites/default/files/etude\\_ifop\\_afcae\\_cannes\\_mai2022.pdf](https://www.art-et-essai.org/sites/default/files/etude_ifop_afcae_cannes_mai2022.pdf)

Les amateurs suite à l'avènement des plateformes vont également moins en salle ce qui entraient une modification de leurs critères. (*annexe 4, questionnaire 2*)

« Je dirais qu'on va beaucoup moins en salle et qu'on regarde tout depuis nos écrans et qu'on est beaucoup plus sélectif dans ce qu'on va regarder au cinéma. »

« Je suis plus exigeant quand je vais au cinéma. »

« Je vais beaucoup moins au cinéma car je trouve qu'il y a beaucoup moins de films intéressants. »

Les deux types de cinéphiles que j'ai interrogés sont impactés par les changements induits par la COVID. Qu'il s'agisse de cinéphiles traditionnels, attachés à l'expérience en salle, ou de ceux plus enclins à consommer des films chez eux, tous deux sont affectés par la manière dont ces plateformes modifient l'accès, la découverte, et la consommation des films. D'ailleurs, l'étude « Le public du cinéma en 2023 » souligne cette modification et confirme l'augmentation du nombre de spectateurs occasionnels depuis 2019 : avec 30,3 millions d'occasionnels en 2023, contre 29,7 millions en 2019. Les chiffres indiquent que les spectateurs qualifiés de réguliers sont en baisse et passent dans la catégorie occasionnelle.

Les réponses ci-dessus interrogent sur une nouvelle attente concernant une nouvelle façon de penser des consommateurs (**annexe 3, questionnaire 1**) : « Les abonnements à des plateformes me donnent moins envie d'aller au cinéma. J'attends parfois que les films sortent sur les plateformes pour les voir. »

« Je vais me donner moins de moyens d'aller au cinéma qu'avant : « j'attendrai qu'il soit sur Canal. » L'attente volontaire de sa diffusion sur un autre mode de diffusion est liée à la chronologie des médias. La chronologie des médias est une réponse directe aux préoccupations suscitées par l'évolution des modes de diffusion des films. Cependant, sa mise en place a été un processus complexe, marqué par des débats incessants et des ajustements continus surtout depuis la COVID.

## - La nouvelle chronologie des médias

Aux origines de la chronologie des médias en 1960, l'Office de Radio-Télévision Française (ORTF)<sup>70</sup> avait un monopole puisque les seules chaînes de télévision étaient publiques. À cette époque, les films commençaient à être diffusés à la télévision, après un passage au cinéma. Sans consulter les professionnels du cinéma, l'ORTF fixe un délai de cinq ans après la première diffusion en salles pour s'autoriser à présenter au public une œuvre de cinéma sur le petit écran. La télévision, principale concurrente du cinéma, a obligé le cinéma à créer ce que l'on appelle la chronologie des médias. En effet, même si à son commencement, ses moyens techniques étaient peu développés, elle a su gagner rapidement le cœur des français. Pionnière de ce dispositif en Europe, la France a mis en place « la chronologie des médias ». Cette règle définit l'ordre ainsi que les délais selon lesquels les différentes exploitations d'une œuvre cinématographique doivent avoir lieu. Cet ordre et ces délais ont pour but la sauvegarde de l'exploitation en salle des films, mais également l'équilibre de la balance entre la rentabilité d'un film et la rentabilité des cinémas. Elle est considérée comme une armure essentielle aux yeux des défenseurs de l'institution classique du cinéma.

Ainsi, ce n'est qu'après une durée déterminée que les autres formes d'exploitation (vidéo à la demande, DVD, télévision...) sont autorisées. C'est une recommandation communautaire de 1987<sup>71</sup> qui évoque la chronologie des médias pour la première fois. Puis, la directive dite « Télévision sans frontières » du 3 octobre 1989<sup>72</sup> en définit les bases. Une nouvelle directive du 30 juin 1997 prévoit que la chronologie des médias sera fixée d'un commun accord entre le CNC, les ayants droit et les diffuseurs. En France, cette chronologie est façonnée et modifiée selon le contexte économique et social. Ainsi, le délai d'attente pour la télévision gratuite par exemple, est passé de 5 ans dans les années 80 à 20 mois en 2018, la télévision par abonnement a de son côté bénéficié d'un avancement de 15 mois à 10 mois tandis que la vidéo est passée d'un an à trois mois et la vidéo à la demande par abonnement de 36 mois en 2009 à 15 mois en 2018. **(annexe 10)**

Des dérogations existent cependant en fonction des entrées enregistrées par le film dans les salles obscures entre le 6 juillet 2009 et le 21 décembre 2018. Les films concernés sont ceux

---

<sup>70</sup>La chronologie des médias - Wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Chronologie\\_des\\_m%C3%A9dias](https://fr.wikipedia.org/wiki/Chronologie_des_m%C3%A9dias)

<sup>71</sup> Ibid.

<sup>72</sup> Ibid.



réalisant moins de 200 entrées durant leur quatrième semaine d'exploitation en salle, ils seront plus rapidement disponibles en vidéo.<sup>73</sup> Du 21 décembre 2018 jusqu'au 24 janvier 2022, les délais pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées après quatre semaines d'exploitation sont différents : les films ayant fait « un bide » sont diffusés en moyenne deux mois plus tôt que les films à succès.

Les changements du secteur entraînent la création de nouvelles catégories expliquées par Frédérique Bredin<sup>74</sup>, présidente du CNC. « Les plateformes vertueuses » sont des plateformes « qui acceptent le modèle de contribution au financement de la création », détaille-t-elle, et qui répondent à des « obligations de promotion et de diffusion des œuvres européennes ». Suite aux éléments évoqués précédemment, une nouvelle refonte devient obligatoire afin que les salles subissent à moindre coût la covid qui a propulsé les plateformes dans le quotidien des français.

Le film *Black Widow*, sorti en juin 2021 en salles et simultanément sur les plateformes de streaming, est un exemple frappant où la chronologie des médias aurait pu éviter une perte d'argent aux studios Disney et aux salles de cinéma aux États-Unis. Outre le scandale et le procès qu'il y a eu entre l'actrice Scarlett Johansson et Disney<sup>75</sup>, ce film est catégorisé comme "la pire chute de deuxième week-end" de l'histoire de Disney pour les films Marvel, comme le souligne sa diminution massive de 68 %<sup>76</sup> au box-office. En raison de la disponibilité du film en bonne qualité, le piratage fut massif<sup>77</sup> et n'aida pas à lever le frein du pass sanitaire à cette époque. Le dernier accord étant signé en décembre 2018, il devenait urgent d'établir un nouveau schéma avant la fin de l'arrêté d'extension.

Nous pouvons retrouver une déclaration au sujet de la chronologie des médias française dans le livre *La fin du cinéma ? La résilience à l'air du numérique* : « Avec la crise provoquée par la pandémie, la question de l'exclusivité pour les plateformes de certains films est même passée de fondamentale à cruciale. Il s'agit là d'une nouvelle donne. C'est ainsi que la conjoncture permet aux nouveaux producteurs de films aux commandes de salles virtuelles que constituent les plateformes, de bouder de façon encore plus frontale qu'auparavant, les salles «

<sup>73</sup> ANNEXE Art. 1. 3. de l'ARRÊTÉ DU 9 JUILLET 2009 - [https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc\\_1242898](https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/les-datescles-du-cnc_1242898)

<sup>74</sup> *La Chronologie des médias, une histoire française bousculée.* (2017, 13 mai). Libération. [https://www.liberation.fr/futurs/2017/05/13/la-chronologie-des-medias-une-histoire-francaise-bousculee\\_1568894/](https://www.liberation.fr/futurs/2017/05/13/la-chronologie-des-medias-une-histoire-francaise-bousculee_1568894/)

<sup>75</sup> "Black Widow" : Scarlett Johansson porte plainte contre Disney (2021, 30 juillet), RadioFrance <https://www.radiofrance.fr/mouv/black-widow-scarlett-johansson-porte-plainte-contre-disney-7991272>

<sup>76</sup> Jamet, C. (2021, 20 juillet). *La dégringolade de Black Widow au box-office provoque l'ire des exploitants de salles américains.* Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/cinema/la-degringolade-de-black-widow-au-box-office-provoque-l-ire-des-exploitants-de-salles-americains-20210720>

<sup>77</sup> Agathe Renac (2022, 08 janvier) *Sortie en simultanée, piratage... Black Widow aurait fait perdre 600 millions de dollars à Disney.* L'éclairneur Fnac <https://leclairneur.fnac.com/article/59910-sortie-en-simultanee-piratage-black-widow-auroit-fait-perdre-600-millions-de-dollars-a-disney/>

matérielles » et bien « réelles » dans lesquelles les films sont consommés en présentiel. Cet état de fait semble représenter un seuil, voire une rupture de continuité plutôt révolutionnaire dans le continuum de l'histoire du cinéma.<sup>78</sup> » Ce passage sous-entend que la chronologie des médias met en lumière le changement de comportement des producteurs de films et des plateformes de streaming face à la crise sanitaire. Avant la pandémie, la chronologie des médias régissait l'ordre de diffusion des films, avec une période d'exclusivité en salle avant leur disponibilité sur d'autres supports comme la télévision et les plateformes de VOD. Mais, avec les salles de cinéma fermées pendant la pandémie, les producteurs ont été contraints de trouver de nouvelles manières de distribuer leurs films, ce qui a conduit à une remise en question de la chronologie des médias et à une accentuation de la concurrence entre les salles de cinéma et les plateformes de streaming. Ainsi, la crise sanitaire a joué un rôle de catalyseur dans l'évolution de la chronologie des médias et dans l'émergence de nouvelles pratiques de distribution et de consommation cinématographique.

La réforme de la chronologie des médias du 24 janvier 2022 a opéré plusieurs changements importants concernant la SVOD. Ces services devaient attendre 36 mois dans l'ancienne version de la chronologie des médias et maintenant 17 mois mais Canal + et Netflix n'en font pas partie. La chaîne cryptée Canal + a signé un accord record passant de 8 mois à 6 mois. Seule plateforme française, elle n'a pas hésité à mettre en avant son statut de premier financeur du cinéma français pour conserver sa priorité de diffusion. Environ 190 millions d'euros par an, au lieu de 160 millions seront investis pour obtenir en contrepartie une première fenêtre de diffusion de tous les films<sup>79</sup>. Netflix, plateforme préférée des français, a pu signer un accord bilatéral avec les professionnels du cinéma pour financer des films de petite envergure pour devancer les autres plateformes américaines. Au global, Netflix fournit un effort financier d'environ 40 millions d'euros par an<sup>80</sup>. Nous pouvons observer que la fenêtre de diffusion sur les services de SVOD arrive désormais avant celle des chaînes de télévision gratuites, les positionnant dernières dans l'ordre de diffusion des films sortis en salle.

---

<sup>78</sup> Gaudreault & Marion, *op. cit.*, p.16

<sup>79</sup> CNEWS. (2022, 24 janvier). *Cinéma : Canal+ obtient un accord historique sur la chronologie des médias*. CNEWS. <https://www.cnews.fr/divertissement/2022-01-24/cinema-canal-obtient-un-accord-historique-sur-la-chronologie-des-medias>

<sup>80</sup> Vulser, N. (2022, 23 février). *Netflix apportera 40 millions d'euros au cinéma français et européen cette année*. Le Monde. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/02/23/netflix-apportera-40-millions-d-euros-au-cinema-francais-et-europeen-cette-annee\\_6114914\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/02/23/netflix-apportera-40-millions-d-euros-au-cinema-francais-et-europeen-cette-annee_6114914_3234.html)

La naissance de cet accord est déjà sujet à de nouvelles discussions. Pour certaines plateformes, ces avancées ne sont pas assez adaptées aux habitudes de consommation et à la rentabilité. Des parades sont trouvées pour contourner cette chronologie naissante comme la création de versions alternatives de films, souvent appelées « Director's Cut » ou « version définitive »<sup>81</sup>. Produite en version légèrement différente de l'original, et associée à un autre visa d'exploitation, elles pourraient contourner la chronologie des médias et intégrer rapidement ces films à leur catalogue. La Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD) refuse de signer cet accord car elle considère que sa durée de validité, trois ans, est trop longue pour un secteur en mutation rapide.

Lors de mon entretien avec Marielle, j'ai pu aborder la chronologie des médias. Les distributeurs sont le maillon de la chaîne de la chronologie des médias le moins impacté par ce changement, car ils trouveront toujours un moyen de rentabiliser le film grâce à des négociations : « moi, je pense que c'est plus délicat pour d'autres personnes que les distributeurs dans le sens où nous cherchons en fait à rentabiliser notre film et le producteur également, nous, la SVOD par exemple, et les plateformes, ça nous sert totalement parce qu'en fait, ça va être des films qui vont être achetés par la plateforme pour une durée limitée, pour une diffusion définie à un prix qui varie en fonction de s'il a marché en salle, s'il a déjà été montré ailleurs, s'il a performé sur tel ou tel autre sujet, etc. donc le prix va varier, mais ce prix-là, sur ce prix d'achat, on va avoir une commission qui nous est reversée en tant que distributeur qui est à hauteur - je crois - de 20 ou 30 %. Ça va être de l'argent qui va rentrer dans la rentabilisation du film ou dans les bénéfices du film donc ils vont enrichir le distributeur, le producteur et les acteurs. » **(annexe 5 entretien 1)**.

Au vu des différents éléments évoqués et des bouleversements, la question qui reste en suspens est : comment et pourquoi les consommateurs se sont-ils emparés des plateformes ?

---

<sup>81</sup> Trinel, S. (2024, 14 janvier). *Napoléon, Killers of the Flower Moon : cette astuce qui permettrait à certains films d'arriver plus tôt en streaming*. BFM TV. consulté le 07 avril 2024 [https://www.bfmtv.com/tech/actualites/streaming/napoleon-killers-of-the-flower-moon-cette-astuce-qui-permettrait-a-certains-films-d-arriver-en-streaming\\_AV-202401140038.html](https://www.bfmtv.com/tech/actualites/streaming/napoleon-killers-of-the-flower-moon-cette-astuce-qui-permettrait-a-certains-films-d-arriver-en-streaming_AV-202401140038.html)

## B) L'arrivée du numérique, une opportunité saisie par les consommateurs

### - Aller au cinéma, un luxe ?

Le contexte économique actuel n'est pas favorable aux activités culturelles payantes. En effet, la hausse constante de l'inflation crée des disparités et des modifications de comportements également. Selon l'Insee, l'inflation s'est établie à : 5,2 % en 2022. 1,6 % en 2021. 0,5 % en 2020<sup>82</sup>. Les conséquences montrent que 41% des 18 à 24 ans sont touchés par la précarité hygiénique et doivent par conséquent choisir entre acheter un produit d'hygiène et alimentaire<sup>83</sup>. Les français actifs sont plus nombreux (48%)<sup>84</sup> que les retraités (35%) à admettre se restreindre pour finir le mois. Les salles de cinéma font partie des nombreuses victimes de la pandémie mondiale survenue en 2020. Depuis, elles tentent tant bien que mal de sortir la tête de l'eau mais beaucoup ont dû puiser dans leurs réserves. L'inflation qui touche actuellement le pays est un véritable fléau et la hausse de fréquentation des salles observée par le CNC en 2022, avec un total de 152 millions d'entrées, n'est pas suffisante. « Le prix moyen des places recensé en 2021 est forcément le reflet des 300 jours de fermeture et de la programmation complètement hors-norme que les cinémas ont pu connaître dans ces années de crise sanitaire », confie Erwan Escoubet, Directeur des affaires réglementaires et institutionnelles de la fédération nationale des cinémas<sup>85</sup>. Le revenu d'un billet de cinéma ne contribue pas uniquement à la salle mais aussi au développement de toute l'industrie. Le prix des billets est réparti de la manière suivante : 5,5% sont reversés à l'Etat via la TVA, 10,72% sont reversés au Centre National du Cinéma et de l'image animée, le CNC, via la TSA, la taxe spéciale additionnelle qui constitue environ 40% du budget cinéma du CNC<sup>86</sup>. Placé sous la tutelle du Ministère de la culture, le CNC a pour mission de financer la construction, l'entretien, et la modernisation des salles, la création de films, grâce notamment à un fonds de soutien destiné à

---

<sup>82</sup> Insee (2024, 12 janvier) *En 2023, léger ralentissement des prix à la consommation en moyenne annuelle*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7750173> consulté le 07/04/2024

<sup>83</sup> Marianne Lecach (2024, 28 février) *Faute de moyens, un Français sur deux se prive de produits d'hygiène, le jdd*, <https://www.lejdd.fr/economie/faute-de-moyens-un-francais-sur-deux-se-prive-de-produits-dhygiene-142517>

<sup>84</sup> Elabe. (2023, 10 mai). *79% des Français déclarent devoir « se serrer la ceinture »*. <https://elabe.fr/inflation-pouvoir-achat/>

<sup>85</sup> Europe1. (2023, 1er juillet). *Cinéma : pourquoi le prix des places a-t-il augmenté ?* consulté le 07/04/2024 <https://www.europe1.fr/culture/cinema-pourquoi-le-prix-des-places-a-t-il-augmente-4190446>

<sup>86</sup> CNC (2007, 05 mars) *La taxe sur les entrées en salles de spectacles cinématographiques (TSA)* consulté le 07/04/2024 [https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/la-taxe-sur-les-entrees-en-salles-de-spectacles-cinematographiques-tsa\\_211700](https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/la-taxe-sur-les-entrees-en-salles-de-spectacles-cinematographiques-tsa_211700)

des producteurs. La distribution de films originaux et audacieux, faisant moins d'entrées. Restent ensuite 83,78%. C'est ce qu'on appelle la Base Film, sur laquelle 1,51 % sont reversés à la SACEM qui gère ensuite la répartition des droits musicaux dus aux auteurs, compositeurs et éditeurs. Une part est destinée à l'exploitant : C'est le directeur de la salle de cinéma. Il peut être indépendant ou rattaché à un groupe comme Pathé ou UGC par exemple. Il a besoin de cet argent pour entretenir et faire fonctionner sa ou ses salles. Une part est destinée au distributeur qui négocie la programmation du film en salle avec l'exploitant et gère sa promotion. Le distributeur rémunère le producteur, qui reverse ensuite un salaire ou un pourcentage aux équipes du film : réalisateurs, scénaristes, acteurs, techniciens...

Les salles de cinéma doivent également faire face à un autre problème de taille : le coût énergétique. « Une salle est énergivore à plusieurs niveaux. Ce sont de grands bâtiments climatisés. Pour le son, elles sont obligées de passer par des amplificateurs qui sont aussi énergivores. Il y a les projecteurs aussi qui consomment énormément », témoigne de son côté Laurent Callonnet, directeur et programmeur du cinéma L'Écran de Saint-Denis<sup>87</sup>. Par conséquent, avec l'augmentation continue des prix des billets, les spectateurs sont de moins en moins satisfaits. Le prix est l'un des motifs qui éloignent les français des salles de cinéma. 38% des spectateurs post-covid estiment que le prix des billets est trop cher. Dans ce panel, son prix est un frein pour 32% des 15-34 ans, 46% des 35-59 ans et 45% des 50-59 ans<sup>88</sup>. Même si les prix sont en hausse, ils restent en-deçà du taux d'inflation. Beaucoup de français ont eu recours aux plateformes de streaming pendant les périodes de confinement. Cela leur a permis de découvrir un large éventail de contenus à un tarif qui paraît plus abordable. Cette comparaison directe entre le coût d'un abonnement mensuel à une plateforme de streaming et le prix d'une seule place de cinéma a incité certains spectateurs à reconsidérer leurs habitudes de consommation cinématographique.

Ainsi, pour un tarif équivalent voire inférieur, les plateformes lèvent plusieurs barrières, à savoir l'accès à un vaste éventail de films et de séries, disponibles à tout moment et sur différents appareils. Afin de favoriser la fidélisation de ces clients, UGC lance avec succès en 2000 les formules d'abonnement à entrées illimitées au cinéma, qui apparaissent comme une véritable innovation commerciale pour le secteur. Ces formules aident à satisfaire l'appétit de

---

<sup>87</sup> Europe1. (2023, 1er juillet). *Cinéma : pourquoi le prix des places a-t-il augmenté ?* consulté le 08 avril 2024 <https://www.europe1.fr/culture/cinema-pourquoi-le-prix-des-places-a-t-il-augmente-4190446>

<sup>88</sup> CNC (2022, 25 mai) Pourquoi les français vont moins souvent au cinéma ? consulté le 08/04/2024 [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema\\_1693485](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema_1693485)

cinéma des abonnés et à lever le frein financier. De plus, elles ont l’avantage de fidéliser le public et modifient les parts de marché des exploitants dans leur zone d’attraction. Ces abonnements illimités représentent moins de 10% des entrées et constituent 6,6 millions d’entrées<sup>89</sup> réalisées par les cartes illimitées dans les cinémas propriétaires. Plus le spectateur ira au cinéma, plus il pourra atteindre un niveau d’utilité élevé à budget constant. En moyenne, le possesseur de carte va 3,5 fois au cinéma par mois<sup>90</sup>. UGC, les pionniers, ont mis en place en 2024 des nouvelles cartes d’abonnement pour faciliter la correspondance entre les nouvelles offres. Jusqu’à présent, ils présentaient trois cartes « illimité ».

Une individuelle, une carte duo qui permettait d’aller au cinéma à deux et une valable pour les moins de 26 ans. Le 7 février 2024, cinq nouvelles offres voient le jour et sont faites pour s’adapter au rythme de vie des spectateurs.

### MONTANT DES MENSUALITÉS ET DU MONTANT FORFAITAIRE DU MOIS EN COURS

	UGC Illimité	UGC Illimité Duo	UGC Illimité -26 ans	UGC Illimité -26 ans / CANAL+	UGC Illimité Famille	UGC Illimité Semaine	UGC Illimité Week-end	UGC Illimité Viva l’Opéra !
MENSUALITÉS	23,90€/mois	39,90€/mois	19,90€/mois	11,95€/mois	49,90€/mois	19,90€/mois	19,90€/mois	34,90€/mois

Figure 3 –Montant des mensualités et du montant forfaitaire du mois en cours <sup>91</sup>

Bien que la majorité des personnes interrogées possèdent une carte d’abonnement, 57 % des cinéphiles amateurs (**annexe 4, questionnaire 2**) considèrent que le prix des billets reste élevé. Pour les cinéphiles professionnels, cela ne représente que 20 % de l’échantillon, cette préoccupation est moins marquée, car leur métier leur permet d’accéder à des séances gratuites ou d’obtenir des invitations paradoxalement le manque de temps à 37,5% (**annexe 3 questionnaire 1**) est le frein qui est le ressortir pour cet échantillon. On peut en déduire que leur emploi du temps chargé, souvent rempli d’engagements professionnels liés à d’autres aspects du cinéma (tels que la critique, la production ou la promotion), les empêche de profiter

<sup>89</sup> CNC,(2008) L’économie des abonnements à entrées illimitées au cinéma, ? consulté le 10 avril 2024

[https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/leconomie-des-abonnements-a-entrees-illimitees-au-cinema\\_211307](https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/leconomie-des-abonnements-a-entrees-illimitees-au-cinema_211307)

<sup>90</sup> Télérama, (2008, 24 avril) Le bilan des cartes d’abonnement cinéma : beaucoup de bruit pour rien ? consulté le 08 avril 2024

<https://www.telerama.fr/cinema/le-bilan-des-cartes-d-abonnement-cinema-beaucoup-de-bruit-pour-rien.28182.php>

<sup>91</sup>UGC, LES TARIFS DE L’ABONNEMENT UGC ILLIMITÉ consulté le 08 avril 2024 <https://www.ugc.fr/TarifsUGCillimite.html>

pleinement de ces opportunités. Ce paradoxe souligne que, même avec des facilités d'accès, le temps reste une ressource précieuse et parfois insuffisante.

Concernant l'aspect financier, selon Marielle (**annexe 5, entretien 1**), l'un des freins à l'abonnement réside dans la crainte de l'engagement financier : « Les gens ont peur de l'engagement, de se dire que tous les mois, je suis débité de 20 euros alors que je ne vais peut-être pas y aller. » En effet, les plateformes de streaming, qui proposent une multitude de contenus, offrent aux consommateurs une meilleure rentabilité et un accès varié à des divertissements, ce qui peut les dissuader de s'abonner aux cinémas.

Les tarifs des plateformes actuelles sont représentatifs de cette tendance. Avec Netflix, nous sommes à 13,49 €<sup>92</sup> par mois pour l'offre standard, Amazon Prime 6,99 euros et pour Disney+ 8,99 €<sup>93</sup>. A ces tarifs s'ajoutent d'autres forfaits pouvant être moins chers si l'on souhaite prendre des options avec des publicités qui diminuent le catalogue audiovisuel standard. Le forfait passe alors à 5,99 € pour Netflix et Disney + (**annexe 9**). Les tarifs des plateformes actuelles sont représentatifs d'une volonté de rendre le divertissement accessible à un large public, tout comme la Fête du Cinéma permet de profiter de séances à prix réduits, rendant ainsi l'expérience cinématographique plus abordable pour tous. Elle est lancée depuis le mois de juin 1985 à l'initiative de la Fédération nationale des cinémas français (FNCF), conjointement avec le ministère de la Culture et l'ensemble des professions du cinéma. La fête du cinéma, opération promotionnelle du cinéma, propose sur une période donnée des billets à moindre prix. Tout comme le reste, son prix a évolué. De 2 euros entre 2009 et 2011 il passe à 4 euros entre 2015 et 2022 et enfin à 5 euros en 2023<sup>94</sup>. Malgré cette hausse de prix, les cinéphiles sont au rendez-vous. Ils représentent 2,3 millions de spectateurs, soit 10% de plus qu'en 2022. On peut toutefois noter qu'actuellement le prix de la fête du cinéma creuse des disparités entre le prix en province et celui des grandes villes. Effectivement, les prix dans les grandes villes atteignent rapidement les 10 euros ou plus, comme par exemple 21,50 euros au Pathé Beaugrenelle. Mais, même dans ce contexte, les spectateurs sont au rendez-vous et affichent 3,1 millions d'entrées vendus en 2023. Malgré son succès, des freins concernant les prix sont à revoir selon les objectifs de chacun.

---

<sup>92</sup> Netflix, Sélectionnez l'offre qui vous convient consulté le 12/04/2024 <https://www.netflix.com/signup/planform?locale=fr-FR>

<sup>93</sup> Disney + , Nouvelles productions originales, grands films, séries cultes et encore + en streaming, Disney+, consulté le 08/04/2024 <https://www.disneyplus.com/fr-fr>

<sup>94</sup> Numérama,( 26 juin 2023) Jamais le ticket de la Fête du Cinéma n'a coûté aussi cher consulté le 08/04/2024 <https://www.numerama.com/pop-culture/1427818-jamais-le-ticket-de-la-fete-du-cinema-na-coute-aussi-cher.html>

Les spectateurs doivent faire des choix concernant les supports utilisés dans le monde d'aujourd'hui qui est hyperconnecté.

### - L'hyper spectateur, la saturation des écrans

Selon le professeur Christian Ruby docteur en philosophie, « Pour qu'il y ait théâtre, il faut qu'il y ait au moins un spectateur, un regard, une sensibilité, et un sujet, auquel une pièce s'adresse. »<sup>95</sup> La valeur de spectateur s'étend aux spectateurs de film également. Avec un écran faisant automatiquement modifier notre perception de ce que nous regardons, ceux-ci sont composés de filtres, de tailles différentes. En première instance, un spectateur de film est un être humain, cinéphile ou non qui regarde la projection d'un film assis dans une salle de cinéma. Avec l'avancée technologique, nous assistons à une excroissance du contenus audiovisuels, Youtube en 2005, publie 720 000 heures de vidéos par jour à la télévision et sur les réseaux sociaux. De fait, les images en mouvement ne sont plus uniquement regardées sur grand écran.

La compréhension de la notion de l'hyper spectateur est indispensable à la réalisation de ce mémoire. Dans le livre *Écran Global* de Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, ils nous proposent une approche de l'explication de cette notion. « L'époque hypermoderne est contemporaine d'une véritable inflation écranique. Jamais l'homme n'a disposé d'autant d'écrans non seulement pour regarder le monde mais pour vivre sa propre vie. » Cette mention met en avant la multiplication des écrans dans notre société contemporaine. A savoir que les écrans sont actuellement essentiels et ne servent pas uniquement au visionnage d'un film. On peut citer l'exemple de la carte papier qui a été abandonnée au profit des logiciels de géolocalisation avec Google Maps, CityMapper. Il en va de même des journaux ou des livres qui peuvent se regarder sur des écrans. Sur notre temps libre ou dans notre travail, la présence des écrans est omniprésente, c'est la notion d'inflation écranique, tout notre environnement se fait sur écran. En 2019, chaque foyer est équipé en moyenne de 6,4 écrans en prenant en compte les téléviseurs, les ordinateurs et les tablettes<sup>96</sup>.

---

<sup>95</sup> Vincent Lambert, « Christian Ruby, Devenir spectateur ? Invention et mutation du public culturel », *Questions de communication [En ligne]*, 33 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 22 avril 2024. URL :

<http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12809> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.12809>

<sup>96</sup> Médiamétrie (2020) Les Français orchestrent avec maîtrise leurs pratiques des médias et des loisirs numériques Médiamétrie, <https://www.mediametrie.fr/fr/les-francais-orchestrent-avec-maitrise-leurs-pratiques-des-medias-et-des-loisirs-numeriques>



Au vu des éléments évoqués, nous pouvons émettre l'hypothèse suivante : *l'hyper spectateur* fait référence à une personne continuellement connecté à une diversité de médias et de contenus à travers différents écrans. Il consomme une grande quantité de contenu audiovisuel, que ce soit des films, des séries, des vidéos en ligne ou des émissions de télévision. Il le fait de manière active et souvent simultanée sur plusieurs appareils. En complément, nous pouvons observer que 23% des interrogées en 2013<sup>97</sup> jouaient au jeux vidéo contre 47% en 2022. En 2013, 13% regardent des vidéos pendant leur temps libre contre 50% en 2022. Cela montre qu'une augmentation de consommation de contenus audiovisuels est évidente. En 2022, les Français passent en moyenne 32 heures par semaine devant un écran. C'est un cinquième du temps total disponible d'une personne (168 heures par mois) qui est dédié à un écran.

Dans son enquête *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, Olivier Donnat fait le constat que le rapport aux écrans type télévision, ordinateur, tablette, a changé : « Cette évolution a définitivement consacré les écrans comme support privilégié de nos rapports à la culture tout en accentuant la porosité entre culture et distraction, entre le monde de l'art et ceux du divertissement et de la communication. Avec le numérique et la polyvalence des terminaux aujourd'hui disponibles, la plupart des pratiques culturelles convergent désormais vers les écrans »<sup>98</sup>. Ces écrans deviennent des outils précieux de diffusion culturelle. Cela signifie aussi que les internautes utilisent l'outil Internet comme multi-support à leurs activités culturelles : écoute, lecture, visionnage. L'inflation des écrans a eu un impact profond sur la cinéphilie. Elle offre à la fois de nouvelles possibilités d'accès au contenu cinématographique et en pose des défis en termes d'attention et d'engagement. Une surabondance de choix et supports conduit à une dilution de l'expérience cinématographique. En effet, les spectateurs passent d'un contenu à l'autre sans réellement s'immerger dans une œuvre en particulier.

Dans un premier sondage mené en 2011, 18%<sup>99</sup> des personnes interrogées déclaraient ne pas pouvoir se passer d'internet plus d'une journée sans que cela lui manque : elles sont 58% en 2022<sup>100</sup>. Le fait que de plus en plus de personnes ne peuvent plus se voir sans Internet reflète la profonde intégration de la technologie dans nos vies quotidiennes. Internet est devenu un moyen essentiel de communication, de divertissement, de travail et même de relations sociales.

---

<sup>97</sup> ARCEP, *op. cit.*,

<sup>98</sup> DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique », *Culture études*, 2009 / 5 (n°5), p.1-12. DOI : <https://doi.org/10.3917/cule.095.0001>. URL : [https://shs.cairn.info/article/CULE\\_095\\_0001?lang=fr](https://shs.cairn.info/article/CULE_095_0001?lang=fr)

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> ARCEP, *op. cit.*, .

Les réseaux sociaux, les applications de messagerie instantanée et les plateformes de vidéo en streaming ont transformé la manière dont nous interagissons avec les autres et consommons du contenu et toutes les informations sont accessibles rapidement. Cette dépendance croissante à Internet a des implications sur la façon dont les individus interagissent dans le monde réel, mais aussi sur la façon dont ils consomment le contenu culturel, y compris les films.

Dans son livre *La Longue Traîne*, Chris Anderson écrit : « L'ère Internet se caractérise essentiellement par le fait que tout est à notre portée<sup>101</sup> ». Ce concept est au cœur de la logique ATAWAD. Les sessions filmiques perdent peu à peu la notion du collectif avec une installation profonde de l'écran personnel. Par écran personnel, on entend les smartphones, ordinateurs et tablettes. Les usages audiovisuels devenant nomades, l'environnement n'est plus à son optimum pour capter l'essence d'un film. On peut également souligner que regarder un film sur un écran personnel favorise la création d'une bulle d'isolement autour du spectateur, qui se retrouve alors plongé dans son propre univers sans interaction directe avec les autres. Les discussions et les échanges qui avaient lieu autrefois après la séance, dans le hall du cinéma ou autour d'un café, sont souvent remplacés par des commentaires en ligne ou des partages sur les réseaux sociaux, qui ne recréent pas toujours la même richesse d'interaction sociale.

Suite à mon entretien avec Marielle (**annexe 5, entretien 1**), j'ai pu émettre la déduction suivante grâce à la mise en place de la logique ATAWAD et donc l'accomplissement de l'écran personnel : « Tu n'es plus spectateur, tu es consommateur sur les plateformes. Enfin pour moi, c'est une différence quand-même intéressante et ça revient à consommer du contenu au même titre que ce que tu consommes sur les réseaux sociaux par exemple. Tout est à ta disposition, dès que tu le veux, où tu veux, sur l'écran que tu veux etc. donc tu emmènes ton cinéma avec toi (**annexe 5, entretien 1**) » en choisissant tous les paramètres de leur consommation. Alors que le spectateur participe à une expérience collective et souvent publique, le consommateur est plus souvent engagé dans une expérience individuelle et personnalisée.

La montée en puissance des plateformes de streaming en ligne et la disponibilité généralisée de contenu sur Internet ont également transformé la façon dont les gens regardent des films, modifiant ainsi les comportements des spectateurs et leur relation avec le cinéma traditionnel. Tous ces changements indiquent des choix à faire avec une reconsidération des usages face aux films de cinéma pour décider, à l'heure où tout est accessible, de retourner ou

---

<sup>101</sup> ANDERSON, Chris, *La longue traîne*. Paris : Pearson Education France, 2009, 306p

non au cinéma.

## **Partie 2 : Une refonte de l'expérience filmique grâce au numérique**

### **A) La salle de cinéma, encore dans le cœur des Français ?**

#### **- La légitimité d'un film de cinéma au cinéma**

La notion de film de cinéma s'est élargie avec le numérique, la notion de téléfilm a été créée avec l'avènement de la télévision, et maintenant les films de plateforme. Afin de comprendre ce concept de notre époque, je me suis appuyée sur deux questionnaires et j'ai comparé les réponses de mes deux entretiens. Du point de vue des amateurs (*annexe 4, questionnaire 2*), nous avons eu les réponses suivantes :

« Tout film est un « film de cinéma ». Il y a des bons films comme des mauvais selon les goûts. Je dirais que la question est plutôt de demander nos préférences en matière de film. Et si c'est cela la question, on serait sur des beaux plans très visuels entre la science-fiction d'Avatar et de Inception, et la poésie du cinéma asiatique, des films d'animation comme « A silent voice », ou du réalisateur Miyazaki, ou encore de l'émotion mise dans les films de Woody Allen et des Pixar. Sans oublier des plans très esthétiques de Wes Anderson ou de Wong Kar Wei ou de Suspira. »

« Un film qu'on ne peut regarder que sur grand écran ! »

« C'est une œuvre réfléchie par un réalisateur avec une promesse artistique et/ou technique »

« Une suite d'image animée avec ou pas du son que l'on visionne dans une salle sur grand écran »

« Un film qui sort en salle »

« Cela se visionne en salle car meilleur son notamment et émotion se partage avec les autres spectateurs. »

« Un film avec des qualités formelles, une recherche esthétique, une puissance émotionnelle, une portée politique, dont la réception peut se faire pleinement dans l'expérience de la salle. »

« Un film qui a un intérêt à se déplacer dans une salle pour l'apprécier à sa juste valeur. »

De l'autre côté pour les professionnels (**annexe 3, questionnaire 1**) :

« Un film pensé et réalisé pour le grand écran, avec une ambition esthétique et narrative »

« Un film de qualité dont on perdra du sens en dehors de la salle »

« Une œuvre audiovisuelle pensée pour ce que Michel Mesnil appelait "La Salle en Noir »

Pour Nicolas (**annexe 6 entretien 2**), le cinéphile savant que j'ai interrogé sa réponse est la suivante : « Un film de qualité, que l'on souhaite voir dans les meilleures conditions possibles donc au cinéma. » Il est donc intéressant d'observer un consensus entre les professionnels et les amateurs dans les exemples ci-dessus. Selon eux, pour capturer l'essence d'un film, il doit être visionné dans une salle obscure avec un grand écran. Au vu des résultats de l'enquête, on peut noter qu'il y a quelques oppositions à cette notion de film de cinéma « Je n'apprécie pas trop le terme films de Cinéma car cela fait sous-entendre que ne mérite d'être vue au cinéma, ce que je trouve un peu élitiste et arbitraire. » (**annexe 4, questionnaire 2**)

Il est également possible de distinguer la divergence de perspective entre le professionnel et l'amateur concernant un des critères essentiels pour aller au cinéma. En effet, il touche aux types d'œuvre présents en salle, à savoir en VF ou en VO. Ce critère est plus important pour les professionnels puisqu'aucun des profils amateurs ne l'évoque. «

Le voir au cinéma (crée un lien plus solide aux films vus) 2) Si possible en VO mais VF pas rédhibitoire (plutôt VF en salle que de se priver de l'expérience salle). »

« Que le film soit projeté dans son support original (pas de ressorties numériques par exemple) »

« VO, durée, principalement »

D'un autre côté, les amateurs (**annexe 4, questionnaire 2**) misent plus sur l'histoire «

« Émotions, critiques »

« Le spectacle promis par le film »

« L'intrigue du film. Si le film m'apportera quelque chose et enclenchera une réflexion. Je préfère les films historiques ou qui ont une intrigue complexe. »

« Que le film m'intéresse, me donne envie (esthétique, sujet du film...) »

« Scénario intéressant, et c'est le critère principal »

« Le sujet est bien »

« La thématique »

Le développement technologique des salles avec, par exemple, la 3D, les sons en Dolby Atmos et DTS favorise une expérience cinématographique inoubliable et l'immersion. Cette course à la technologie a différents avantages aussi bien pour les salles que pour les spectateurs. Avec une technologie avancée, les tarifs sont justifiés et creusent la frontière avec le cinéma de salon<sup>102</sup>. Parmi les leviers d'action, une qualité d'image et de son optimal figurent parmi d'autres éléments clés qui poussent les spectateurs en salle. Plusieurs salles de cinéma de luxe ou premium comme le Pathé Parnasse se développent avec des prix atteignant 18,50 € pour une séance. Laurent Créton<sup>103</sup> explique cette urgence du premium de la façon suivante « Il faut du premium pour que les gens sortent de leur canapé<sup>104</sup> ». Pendant mon entretien avec Marielle, nous avons échangé au sujet des salles premium de Pathé. « En fait, la plateforme est arrivée au même niveau que ce que la télé avait fait avant, elle a réussi à ramener le cinéma à la maison. Maintenant que le cinéma est disponible et à l'extérieur et à la maison, il s'agit pour l'industrie du cinéma et les

---

<sup>102</sup> Pezet, G. (2017, 29 juin). *La technologie 4DX, l'avenir pour les salles de cinéma ? INSIGHT NPA*. consulté le 04/05/2024 <https://insight.npaconseil.com/techno-equipements/la-technologie-4dx-lavenir-pour-les-salles-de-cinema/>

<sup>103</sup> Spécialiste de l'économie du cinéma, de l'audiovisuel et des médias numériques.

<sup>104</sup> Son-Video.com. (2022, 18 décembre). *Pathé dévoile son cinéma entièrement premium*. *Son-Video*. consulté le 04/05/2024 <https://blog.son-video.com/2022/12/pathe-devoile-son-cinema-entierement-premium/>

salles d'innover à nouveau pour reprendre une longueur d'avance pour recréer ce côté unique que tu ne peux pas reproduire chez toi. » (**annexe 5, entretien 1**) Ce type de salles proposent du confort haut de gamme avec des sièges plus grands, plus inclinables et les dernières technologies pour le son et l'image. En effet, Pathé a ouvert le 14 décembre 2022 un cinéma 100% haut de gamme à Gaumont Parnasse, rebaptisé Pathé Parnasse en Ile de France. Ne pouvant pas communiquer les chiffres officiels, elle m'a confirmé ceci : « S'ils continuent dans ce sens, ça veut dire que forcément, ils s'y retrouvent. L'objectif étant de nos jours d'intensifier l'expérience cinéma avec une montée en gamme des prestations face aux différents concurrents » (**annexe 5, entretien 1**)

Au vu des réponses obtenues dans mon questionnaire, j'ai demandé à deux personnes de me préciser leur réponse quant à l'influence de la technologie dans la cinéphilie. Selon Léa, en ce qui concerne la cinéphilie amateur, elle estime que certains films méritent d'être vus uniquement en salle : « Une bonne qualité d'image de son et une place au milieu pas trop près de l'écran. Je trouve qu'Avatar est un excellent exemple de cette nécessité. La profondeur des images en 3D, les détails des effets visuels ne pouvaient être pleinement appréciés que sur un grand écran avec une résolution haute définition. » (**annexe 7 entretien 3**)

Le réalisateur que j'ai interrogé confirme le fait qu'un film est en premier lieu fait pour le cinéma grâce aux développements de la technologie : « Je considère que tout est différente et que tout est expérience donc forcément, c'est mieux au cinéma. C'est pour ça que la salle de cinéma a été créée. On fait autant de technologies lorsqu'on conçoit le film, avec des caméras, du matériel, un son incroyable. Quand on fait un film, on le fait pour le cinéma. » (**annexe 6 entretien 2**) L'assistante marketing de Pathé m'a confirmé les faits évoqués par les personnes que j'ai interrogées. « C'est encore pour ça que le cinéma reste utile, et reste apprécié et unique. Quand tu vas voir un super film avec de la 4DX un son DOLBY DIGITAL ou un son DOLBY ATMOS, donc tu vas aller le voir en LASERMAX etc, ce sont des technologies pour voir le film à son prime, vraiment tu ne pourras jamais le voir aussi beau, aussi fort qu'à ce moment-là. » (**annexe 5, entretien 1**). La salle de cinéma offre une expérience unique que d'autres formats de visionnage ne peuvent reproduire. La grandeur de l'écran, la qualité sonore, et l'environnement sombre et immersif sont des éléments qui contribuent à cette singularité. Du fait de leur technicité, certains films sont perçus comme faits uniquement pour la salle comme « Avatar » ou « Dune ». Le cinéma en salle permet une immersion totale dans le film, coupant le spectateur des distractions extérieures et créant une ambiance propice à la concentration et à l'émotion.

L'immersion totale dans l'œuvre cinématographique est au cœur de l'expérience cinématographique valorisée, et les rencontres avec les réalisateurs et les acteurs pendant des avant-premières ou des tournées promotionnelles jouent un rôle crucial dans la promotion de cette immersion. Elles renforcent la légitimité de la sortie au cinéma, en la positionnant comme une expérience culturelle unique et socialement valorisée. D'abord fait dans des festivals, ces événements transforment une simple séance en un moment d'échange et de réflexion, conférant une dimension plus profonde à la sortie cinéma. Cette projection suivie d'un moment d'échange est cruciale pour certains cinéphiles. En effet, en assistant à ces rencontres, le spectateur se distingue comme quelqu'un qui ne se contente pas de consommer des films, mais qui s'engage activement dans une démarche culturelle. Cela légitime son déplacement en salle, car la rencontre avec le réalisateur permet d'aller au-delà du simple divertissement, en donnant un accès direct aux intentions créatives et aux coulisses de l'œuvre. « Tu vas briser le 4e mur en rendant les acteurs vrais, tu vas les sortir des écrans dans lesquels tu as l'habitude de les voir et les rendre concrets. Ce sont des échanges très appréciés par le public et les exploitants des salles de cinéma. Il y a ce côté d'une image de prestige. » (**annexe 5 entretien 1**) Cette participation active et exclusive crée une véritable distinction sociale : aller au cinéma devient une manière de valoriser son statut de cinéophile sérieux et impliqué.

Deux personnes que j'ai interrogées m'ont exprimé leur ressenti à ce sujet : « Oui, j'en ai déjà fait, je t'avoue que j'ai pris l'habitude, par exemple, je vais voir les films de Philippe Lachau en avant-première au Grand Rex. On ne lui parle pas mais c'est toujours agréable de voir les acteurs et l'équipe et puis, c'est plus intéressant à raconter après, les gens te posent des questions sur comment est l'acteur etc. » (**annexe 7 entretien 3**) et la deuxième personne se sentait spécial pendant cet événement : « C'était sympa, je me sentais un peu privilégié, j'avais l'impression d'avoir un scoop » (**annexe 8 entretien 4**). Contrairement à ceux qui consomment les films chez eux sur des plateformes numériques, souvent de manière individuelle et passive, ceux qui assistent à ces événements en salle sont perçus comme participant à une forme de cinéma « légitime » et plus noble. Ainsi, les rencontres avec les réalisateurs ajoutent une couche de légitimité à la sortie cinéma, en la ritualisant comme une expérience d'apprentissage, de partage et de connexion directe avec l'art et ses créateurs.

Les sorties au cinéma sont bien plus qu'un acte de consommation de films ; elles sont liées par des habitudes qui renforcent son importance culturelle et communautaire. En effet, se

rendre en salle de cinéma implique une série de pratiques et de comportements collectifs qui confèrent à cette activité une dimension sociale unique.

#### - **Les rituels sociaux liés à la salle de cinéma**

L'exploitation cinématographique est un moment de valorisation des films, qui va au-delà de la simple vente de pop-corn. En outre, les rituels sociaux autour des sorties au cinéma, se sont développés pour plusieurs raisons, toutes profondément liées à des aspects culturels, psychologiques et sociologiques en rapport à cette expérience. Par rituel social au cinéma, nous faisons référence au silence pendant le film, à l'attente des bandes d'annonces, qui sont cruciaux selon certains profils. Ils ont le potentiel de créer une anticipation commune. Ces comportements permettent aux spectateurs de se déconnecter du quotidien et de s'immerger pleinement dans l'univers du film, renforçant ainsi le cinéma comme espace de rassemblement et d'échange culturel.

Afin de déchiffrer ces rituels, plusieurs questions ont été intégrées dans mon mémoire sur ce sujet. Il est intéressant de noter qu'à la question **Préférez-vous regarder des films au cinéma ?** Les 45 répondants correspondants aux cinéphiles amateurs privilégient les sorties entre amis pour 71,1% et en couple pour 62,2%. D'un autre côté les 32 répondants correspondants au panel des professionnels préfèrent aller au cinéma seuls pour 71,9% ou entre amis pour 51,3%. On peut toutefois préciser que Nicolas qui est réalisateur ne s'imagine pas aller au cinéma tout seul. **(annexe 4, questionnaire 2)**

Figure

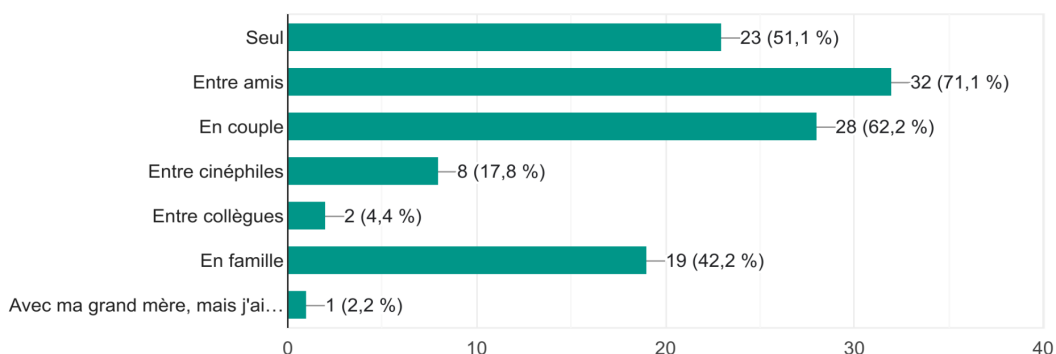
4 : Extrait de la question "Préférez-vous regarder des films au cinéma ?"



## (Annexe 4, questionnaire 2 et Annexe 3, questionnaire 1)

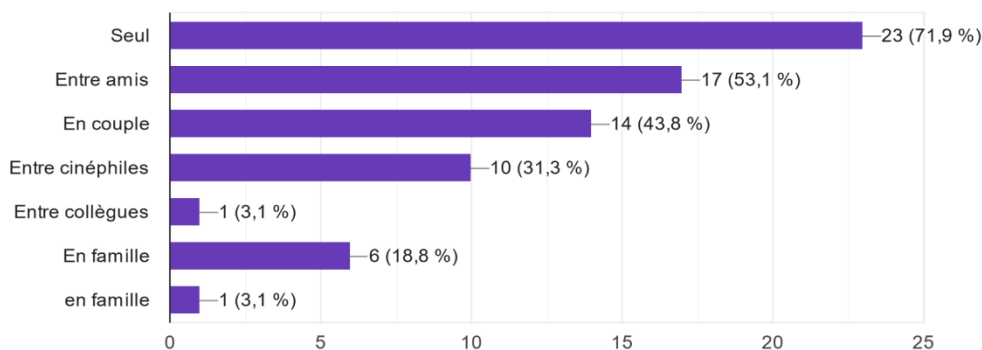
Préférez-vous regarder des films au cinéma ?

45 réponses



Préférez-vous regarder des films au cinéma ?

32 réponses



Lors d'une interview menée par Sciences Po Paris en mars 2022, Olivier Nakache, réalisateur français, a souligné l'importance de l'expérience collective. Cet aspect incite les spectateurs à se rendre en salle de cinéma. « Ce qui nous anime, c'est que les gens dans les salles de cinéma vivent une émotion avec d'autres. »<sup>105</sup> Ainsi, dans une salle, les ressentis peuvent être amplifiés par la réaction d'un public, créant une contagion émotionnelle qui intensifie le rire, la peur ou l'excitation. Le cinéma reste un lieu où se crée un sentiment de communauté et d'appartenance, renforcé par le fait de partager une expérience avec inconnus. Cette hypothèse est confirmée par les deux entretiens en annexe : « c'est sympa et

<sup>105</sup> Sciences Po. (2022, 25 mars). Olivier Nakache sur le cinéma et le pouvoir du collectif. Consulté le 6 avril 2024. <https://www.sciencespo.fr/fr/actualites/olivier-nakache-sur-le-cinema-et-le-pouvoir-du-collectif/>

c'est surtout parce que j'ai envie de partager quelque chose avec quelqu'un, c'est mieux et les émotions sont partagées, si tu rigoles la salle va rigoler » (**annexe 6 Entretien 2**).

« Ce que j'apprécie le plus c'est lorsqu'on voit une comédie au cinéma où les gens rient autour de nous, pour partager les émotions et aussi le son est meilleur qu'à la maison. » (**annexe 7, entretien 3**)

Comme le soulignent les résultats des questionnaires, lorsque l'on regarde un film seul, la concentration est maximale, permettant une immersion totale et une réflexion personnelle sur le contenu. Cette solitude offre une liberté émotionnelle, permettant de réagir sans retenue. Extrait de réponse à la question *Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?* (**annexe 3, questionnaire 1**).

« Seule, j'analyse plus le film, la manière dont il a été réalisé, en groupe j'arrive à prendre un peu de recul sur l'analyse même si c'est une occasion de critiquer et discuter du film après visionnage. »

« Je trouve que regarder en groupe permet d'être plus concentré, car il s'exerce une sorte d'autosurveillance mutuelle, et l'on se met une exigence de tout voir pour pouvoir en parler ensuite. Seule je peux avoir tendance à me laisser aller à la rêverie. La présence de personnes à côté de moi me "maintient" éveillée :- ) »

« Je me sens plus concentrée sur le film quand je suis seule, mais aussi plus vulnérable. J'ai l'habitude d'aller voir des films seule quand j'ai besoin de réconfort mais que je ne veux voir personne. »

« Seule, je dirais que le film nous embrasse entièrement, il n'y a aucune autre manière de le découvrir et de le laisser nous toucher pleinement, on a cette sensation de flotter en sortant de la salle, hors-du-temps. Accompagnée, cela permet d'avoir une autre lecture du film, des réflexions sous un autre angle, des débats qui interviennent à l'issue de la séance. »

« Je suis plus concentré seul »

« En groupe, restaurant avant ou après. »

Extrait : **Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ? (annexe 4, questionnaire 2)**

« En groupe, je suis attentif à la réaction d'autrui. Cette dernière permet parfois de ressentir des émotions plus fortes. »

« Je suis moins attentive quand je regarde un film en groupe. Je fais plus attention à l'expérience des autres. »

« Je suis beaucoup plus concentré sur le film quand je le regarde seul qu'avec des gens. Et si j'ai des gens à côté de moi, cela me permet de voir aussi leur réaction physique et après visionnage on échange. Une sorte de moment de partage mais où je serais un peu plus « distancié » du film »

« Plus discret et attentif seul qu'en groupe où quelques remarques sont échangées de temps en temps pendant le film »

Au-delà des moments partagés, le cinéma crée des rituels qui renforcent la sacralisation de cette sortie. En effet, les spectateurs ont pour la plupart des habitudes. On peut également observer que le fait de visionner un film seul ou en groupe offre des expériences distinctes en termes d'immersion, de comportements émotionnels, de liens sociaux et de rituels. Cette modification de comportement est aussi prononcée chez les professionnels car ils préfèrent majoritairement regarder un film seul (**annexe 3, questionnaire 1**). Par contre, cela reste une expérience sociale qualifiée de conviviale, car regarder un film dans une salle transforme l'expérience en un événement social où les réactions collectives, comme les rires et les sursauts, amplifient les émotions ressenties. Les discussions post-film enrichissent l'expérience, offrant des perspectives variées et de nouvelles interprétations. Dans certains cas, on peut noter que l'aspect collectif sacralise la salle de cinéma, mais peut potentiellement détourner l'attention des spectateurs et dévier de son but premier le visionnage d'un film.

Concernant la question **Quels sont vos rituels au cinéma ?** les amateurs répondent (**annexe 4 questionnaire 2**) : « Je me place au milieu de la salle, et je lis un peu. »

« Achetez du pop-corn, restaurant avant ou après parfois »

« Pop-corn et boissons, restaurant en amoureux »

« Restaurant, pop-corn, coca »

« Pop-corn la base »

« Un restaurant ou une séance shopping »

« Oui, du popcorn »

« Achat boisson »

On peut cependant constater des différences avec les habitudes des professionnels (**annexe 3, questionnaire 1**) : « Venir en avance pour ne pas rater les bandes annonces ! »

« Juste acheter le ticket et trouver une place au milieu de la salle de cinéma, pas devant ni derrière, mais au milieu »

« Je guette la ville de Prague sur le logo animé Films Europa. Je reste jusqu'à la fin du générique. »

« Jamais de friandise. Le rituel, c'est de ne pas louper les bandes d'annonces pour savoir le prochain film que j'irai voir »

« J'arrive 15mn en avance, j'ai tout le temps un soda & une sucrerie (achetée hors cinéma). Pendant les pubs, je réserve les prochains films que je veux voir, et en sortant j'écris la critique du film dans les notes de mon téléphone. »

En observant ces résultats, on peut conclure que les friandises et les boissons sont majoritairement présentes parmi les amateurs. En revanche, l'attention des professionnels est davantage portée sur la découverte d'autres films pour étendre ainsi leur culture cinéphile en indiquant qu'ils ne souhaitent pas manquer les bandes annonces. Du fait que d'après mon sondage, les sorties cinéma sont préparées à l'avance dans 78,1% (**annexe 3, questionnaire 1**) pour les professionnels et 64,4% (**annexe 4, questionnaire 2**) pour les amateurs. Cela pousse à penser que c'est un acte réfléchi. Le lien avec la nourriture est constant, car beaucoup considèrent le cinéma comme un package incluant un repas au restaurant avant ou après la séance.

Un autre rituel identifié, dans le questionnaire, est l'importance de la place dans la pratique cinématographique. J'ai pu obtenir les réponses suivantes : « Placé au milieu, je refuse

d'être sur le côté, arriver en avance pour avoir une bonne place » ; « Juste acheter le ticket et trouver une place au milieu de la salle de cinéma, pas devant ni derrière, mais au milieu » (**annexe 3, questionnaire 1**). En effet, certains spectateurs préfèrent les sièges situés au centre, offrant une vue équilibrée de l'écran et un son optimal, tandis que d'autres optent pour les rangées arrière, où la perspective globale et l'isolement du groupe sont privilégiés. L'importance de la perception de l'image et de la réception du son influent sur le choix de la place. Dans la conscience collective, on est persuadé que les meilleures places se situent au centre de la salle<sup>106</sup>. Dans ce souci du « bien voir » l'écran, Claude Forest a identifié plusieurs vagues de spectateurs : les primo-arrivants, la foule tranquille et les retardataires.

Les primo-arrivants correspondent aux deux types de cinéphilies que j'ai interrogés. Ils sont détectables car ils sont les premiers dans la file d'attente et peuvent même courir vers leur place préférée dès l'ouverture des portes. La foule tranquille rejoint les primo-arrivants<sup>107</sup>, il est coutume de créer une « zone d'évitement » pour eux, de laisser un siège d'écart entre les personnes déjà sur place afin de ne pas être dérangé et de ne pas déranger. La dernière vague concerne les retardataires<sup>108</sup> : trois profils ont été identifiés. Les réservés qui laissent leur a priori concernant les places de côté pour ne pas déranger les personnes déjà installées. Les méticuleux qui s'arrêtent dans la salle avant de choisir une place et enfin les comportements dominants contraires aux deux attitudes évoquées précédemment. Ils veulent impérativement leur place et n'hésitent pas à déranger les spectateurs déjà installés. Ces comportements sociaux sont également liés que l'on vienne seul ou en groupe. Quand l'arrivée se fait en groupe ou en couple, l'important est de rester groupé, car si les personnes sont venues ensemble, c'est pour vivre cette expérience collectivement. Les couples auront plus tendance à être discrets que les groupes d'amis lors de leur arrivée en salle.

L'arrivée et la sortie de la salle de cinéma sont deux moments clés qui encadrent l'expérience cinématographique. Tout comme l'arrivée, où les spectateurs choisissent soigneusement leur place en fonction de leurs préférences personnelles et des attentes pour le film, la sortie de la salle suit un rythme tout aussi réfléchi. Suite aux réponses recueillies lors de mon questionnaire, une minorité de personnes reste jusqu'à la fin du générique pour ne pas

---

<sup>106</sup> Claude Forest, « Qui s'assoit où ? », *Conserveries mémorielles* [En ligne], # 12 | 2012, mis en ligne le 05 avril 2012, consulté le 12 août 2024. URL : <http://journals.openedition.org/cm/1070>

<sup>107</sup> Ibid.

<sup>108</sup> Ibid.

rater les scènes post-crédits très communes dans les films Marvel<sup>109</sup> : ils représentent 27 %<sup>110</sup> tandis que 31 % sortent dès la fin du film, avant que la salle se rallume.

## **B) Une expérience infinie : le cinéma de salon et ses usages**

### **- La technologie au service de l'immersion cinématographique**

De nos jours, il est devenu difficile d'acquérir une télévision neuve en magasin n'offrant pas l'option de se connecter à Internet. Désormais courante, la réception de la télévision en haute définition ou encore en ultra haute définition permet de visionner les programmes avec une qualité d'image et de son jusqu'ici inégalée. De plus, la qualité des programmes de Netflix permet automatiquement<sup>111</sup> d'avoir la meilleure qualité d'image que ce soit HD, 4K ULTRA HD ou HDR. Les foyers les mieux équipés peuvent même bénéficier de programmes en trois dimensions sous réserve d'avoir une télévision compatible. On peut toutefois signaler que ce type de programme est encore peu proposé par les plateformes de vidéo à la demande et les autres accès au contenu. En effet, la consommation de données est élevée par l'occupation accrue de la bande passante engendrée par ces programmes. Dans ce cas de figure, la logique ATAWAD est poussée à son paroxysme, permettant à l'utilisateur de vivre sa propre expérience, en se rapprochant au plus près du professionnalisme de l'expérience audiovisuelle rencontrée habituellement dans la salle de cinéma. Ce qui est en jeu, ce n'est pas le lieu de diffusion mais la perte de la suprématie de la salle obscure. Dans le contexte actuel, ancré par le développement saisissant du mouvement de dématérialisation et de délocalisation, accentué par la crise engendrée par le coronavirus, il est aujourd'hui possible de pratiquement tout faire sans avoir à sortir de chez soi.

Les différents confinements vécus par la population française ont fait de cette possibilité une habitude. Néanmoins, on pourrait finalement avoir un maintien ou, dans certains cas, un retour vers la salle dans sa grande importance en tant qu'espace public et lieu physique. En effet, en sachant ce qu'ils pourraient faire grâce aux différents éléments mis à leur disposition

---

<sup>109</sup> SensCritique. *Les scènes post-génériques / bonus des films Marvel*. SensCritique.

[https://www.senscritique.com/liste/les\\_scenes\\_post\\_generiques\\_bonus\\_des\\_films\\_marvel/895400](https://www.senscritique.com/liste/les_scenes_post_generiques_bonus_des_films_marvel/895400) consulté le 07/07/2024

<sup>110</sup> Ibid.

<sup>111</sup> Netflix. *Comment obtenir la meilleure qualité vidéo*. Netflix. <https://help.netflix.com/fr/node/13444>

sur le marché aujourd'hui, les spectateurs et consommateurs recherchent l'expérience du cinéma allée à la flexibilité d'une plateforme en ligne. Comme l'indique Jean Marie Dura dans son rapport sur la salle de demain<sup>112</sup> présenté au CNC, « les équipements audiovisuels sont aujourd'hui d'une qualité telle qu'ils peuvent concurrencer, aux yeux du grand public, les conditions de projection de certaines salles de cinéma ». Il cite, entre autres, les téléviseurs Ultra Haute Définition et les écrans de plus en plus performants des smartphones. Internet est étroitement lié à la télévision, en particulier avec l'avènement des Smart TV. On peut observer la forte augmentation des foyers français équipés en smart TV qui passe de 33,1% en 2019 à 58,5 %<sup>113</sup> en 2023. Ils ont transformé le poste de télévision en un hub multimédia connecté. Grâce aux plateformes de streaming intégrées, les amateurs de cinéma peuvent ainsi explorer des œuvres qu'ils n'auraient peut-être jamais découvertes autrement. Cette augmentation est en lien avec celle de la consommation de films sur ce mode de visionnage qui est d'ailleurs en progression par rapport à 2022 (+3,6 points). En outre, les Smart TV peuvent être complémentaires de l'IPTV. Cet acronyme de Internet Protocol Television<sup>114</sup> utilise la technologie Internet pour diffuser des programmes TV « à la demande ». A la différence de la télévision linéaire, qui est diffusée en direct, l'IPTV est diffusée via des box Internet).

Le mode de diffusion principal pour les films à domicile est les plateformes de streaming : 58,1 % des cinéphiles professionnels le reconnaissent (**annexe 3 questionnaire 1**) ; ce taux monte à 75,6% chez les amateurs (**annexe 4 questionnaire 2**).

**Figure 5** Extrait question : **Quel est votre moyen de diffusion principal pour regarder des films à la maison ? (annexe 4, questionnaire 2 et annexe 3, questionnaire 1)**

---

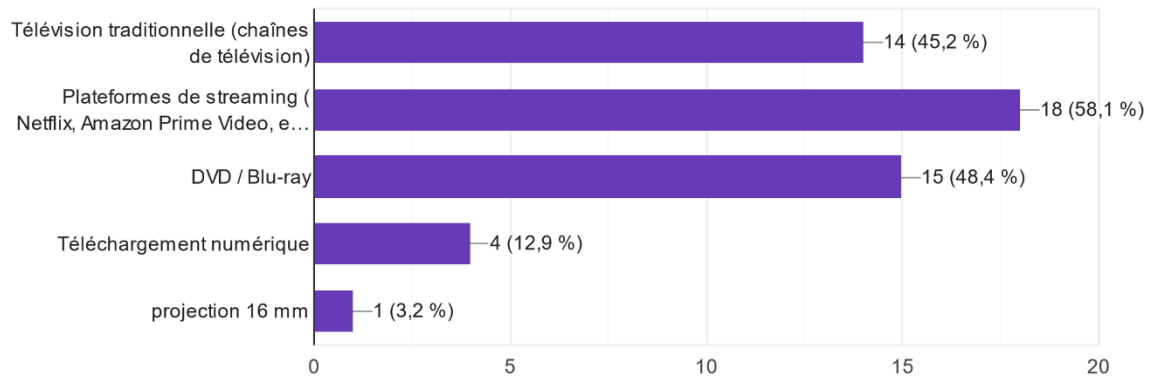
<sup>112</sup> Dura, op. cit. p 47

<sup>113</sup> CNC (2024, 22 mai) Bilan du CNC 2023, [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/bilans/bilan-2023-du-cnc\\_2190717](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/bilans/bilan-2023-du-cnc_2190717)

<sup>114</sup> Ouest-France (2020, 31 octobre) Qu'est-ce que l'IPTV et pourquoi cela inquiète-t-il les chaînes de télévision traditionnelles ? consulté le 15 juillet 2024 <https://www.ouest-france.fr/medias/television/qu-est-ce-que-l-iptv-et-pourquoi-cela-inquiete-t-il-les-chaines-de-television-traditionnelles-b85e00de-58fe-11ed-a722-27cc128a3cb2>

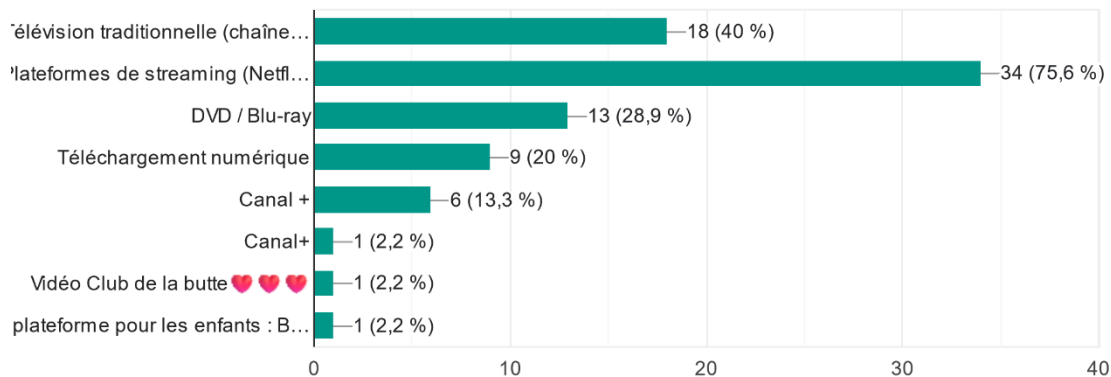
### Quel est votre moyen de diffusion principal pour regarder des films à la maison ?

31 réponses



### Quel est votre moyen de diffusion principal pour regarder des films à la maison ?

45 réponses



Les données présentées mettent en lumière des distinctions notables dans les comportements de consommation entre les amateurs et les professionnels. Les amateurs, avec 27 cartes d'abonnement en salle contre 35 abonnements VOD, manifestent une inclination prononcée pour les abonnements, privilégiant ainsi la flexibilité et la diversité dans l'accès aux contenus. Cette préférence semble indiquer une quête d'immédiateté et de variété, caractéristiques souvent recherchées dans un usage personnel et récréatif. À l'inverse, les professionnels, disposant de 18 cartes d'abonnement en salle pour 20 abonnements SVOD, adoptent une approche plus équilibrée. Cette répartition plus harmonieuse entre les cartes d'abonnement et les services SVOD peut être interprétée comme le reflet d'une exigence de stabilité et de spécialisation, typique d'un usage orienté vers des objectifs professionnels. Ainsi, ces chiffres traduisent non seulement des préférences distinctes, mais également des



dynamiques d'investissement différenciées, où chaque groupe optimise son accès aux ressources en fonction de ses besoins spécifiques.

Cette montée de l'hyper connexion engendre un besoin d'accessibilité immédiat et occasionne, de fait, une baisse constante du marché physique du DVD. Dans mon panel, 22 personnes également réparties entre amateurs et professionnels n'ont pas de lecteur (**annexe 3 questionnaire 1**) et (**annexe 4 questionnaire 2**). Six personnes parmi les amateurs répondent même ne pas du tout être intéressées par ce support et se trouvent exclusivement vers les plateformes ; il n'en est fait aucune mention chez les professionnels. 20 personnes parmi les professionnels contre 35 chez les amateurs possèdent au moins un abonnement à une plateforme. Entre 2022 et 2023, le nombre de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminue de 28.8 millions à 14.1. Sur 32 réponses, 12 ont utilisé le DVD de façon occasionnelle ou régulière (**annexe 3 questionnaire 1**) contre 15 sur 45 réponses (**annexe 4, questionnaire 2**). Le rapport au DVD est disparate et dépend de multiples facteurs. Même si l'on peut penser qu'il n'y a que les seniors qui l'utilisent, on notera un retour des 18-25 ans pour ce support. **Le dirigeant du vidéo club de la butte de Montmartre, dernier vidéoclub en Ile-de-France confirme une diversité dans sa clientèle<sup>115</sup>**. Les jeunes utilisent les DVD et même les vidéos VHS pour découvrir des films dans des versions originales qui ne sont pas disponibles en streaming. Les personnes ayant un âge plus avancé cherchent plus le côté humain et une meilleure prise en considération des goûts de chacun.

L'aspect tangible du DVD induit un effet de possession de sa culture cinéophile pour les pratiquants : « Je dirais que c'est comme si le film m'appartenait. Il est dans ma collection, j'aime l'idée de le chercher pour le trouver et la joie quand je le retrouve (**annexe 8 entretien 4**) » Le créateur de contenu Mehdi Omais confirme les dires de la personne que j'ai interrogée. « Ce besoin de posséder vient aussi de mon passé, de mon éveil au cinéma qui s'est largement fait au moment des vidéoclubs où on touchait le film avant de le choisir et de l'emporter chez soi.<sup>116</sup> » Ce n'est pas seulement une question de posséder des films, c'est lié à un rituel. **Le choisir, l'acheter, le déballer, et l'ajouter à une collection bien organisée relève d'une activité qui va au-delà du simple visionnage.** Chaque DVD devient la pièce d'une collection

---

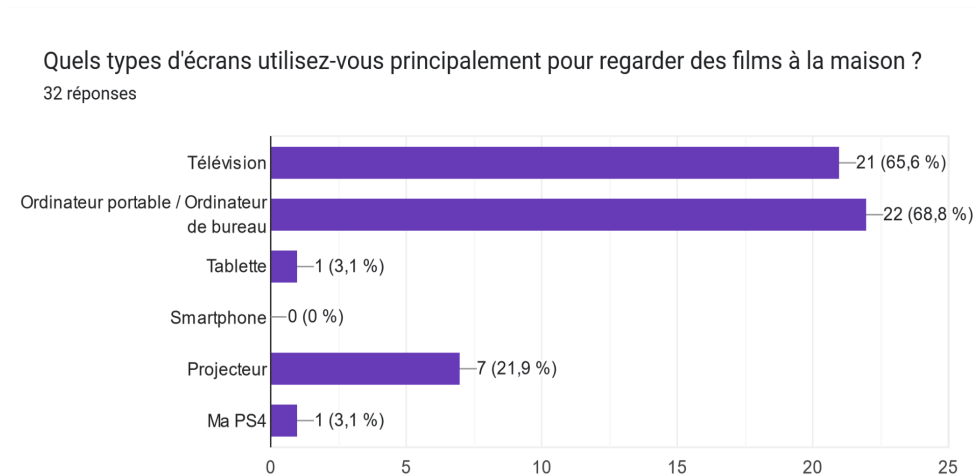
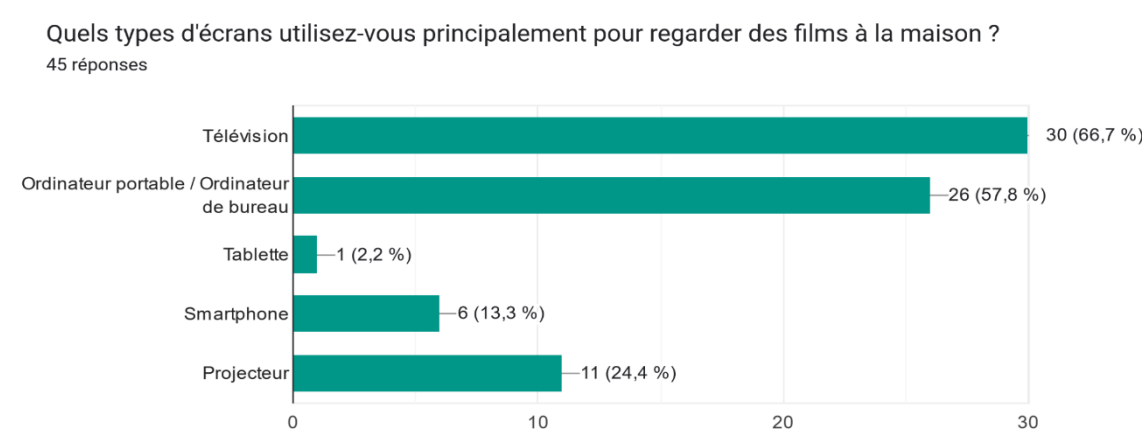
<sup>115</sup>YOUTUBE, EN IMMERSION DANS LE VIDÉO CLUB DE LA BUTTE MONTMARTRE  
<https://www.youtube.com/watch?v=pnXhXBE4Svo>

<sup>116</sup> 20 minutes (2024) Le DVD revient à la mode et pas que pour les vieux cinéphiles, <https://www.20minutes.fr/tempo/4103980-20240805-dvd-revient-mode-vieux-cinephiles>

soigneusement assemblée, représentant des préférences personnelles, des souvenirs, et une passion pour le cinéma.

Si la possession physique des films joue un rôle central dans la culture cinéphile, le type d'écran utilisé pour les visionner influence tout autant sur la qualité de l'expérience. Avec l'évolution rapide des technologies d'affichage, le choix de l'écran est devenu un élément clé pour les amateurs de cinéma, cherchant ainsi à reproduire, chez eux, des conditions de visionnage proches de celles d'une salle de cinéma.

Figure 6 : Extrait question : **Quels type d'écran utilisez-vous principalement pour regarder des films à la maison ?** (*Annexe 4, questionnaire 2 et annexe 3, questionnaire 1*)



Les types d'écran choisis en majorité comme la télévision et l'ordinateur restent parmi les grands formats. Le point commun de ces écrans est qu'ils sont plus grands et ils combinent une facilité d'utilisation. Nicolas est de cet avis « Les films rendent mieux sur grand écran car ils sont faits pour. Donc c'est uniquement à la télévision ou sur ordinateur » (**annexe 6 entretien 2**). Avec la pandémie de COVID-19 et la généralisation du télétravail ainsi que des études à distance, l'ordinateur a pris une place centrale dans les foyers. Cette évolution a également eu un impact significatif sur la manière dont les cinéphiles consomment les films à domicile. L'ordinateur, déjà un outil polyvalent, est devenu un écran de choix pour beaucoup, alliant travail, études et divertissement en un seul appareil. Comme le confirme Maxime, « Mon ordinateur, je n'ai pas de télévision. Je n'ai pas envie d'acheter une télévision et un lecteur DVD, j'ai déjà un lecteur de DVD avec mon ordinateur que j'utilise pour mes études. » (**annexe 8, entretien 4**), illustrant la multiplicité de l'ordinateur et sa volonté de ne pas investir pour améliorer son expérience à domicile.

L'investissement technologique est moindre : 25% (**annexe 3, questionnaire 1**) et 31,1% (**annexe 4, questionnaire 2**) des interrogés ont indiqué avoir investi majoritairement dans un projecteur et en minorité, nous retrouvons des investissements pour améliorer l'expérience sonore. Le choix du projecteur représente une solution intéressante. Il aide à la reproduction dans une échelle moindre, au vu de l'espace du domicile, de la projection au cinéma. Il reflète des conditions de visionnage optimales. Léa explique pourquoi elle a réalisé cet achat : « J'ai acheté un appartement avec mon copain et dans les plans de construction, on avait prévu le projecteur, on ne regarde pas la télévision donc c'est sans intérêt. J'adore les films ; pour moi, c'était le bon compromis. On voulait intégrer des enceintes dans le plafond mais le projet a été annulé à cause du prix. Comme j'aime recevoir, c'est plus pratique aussi. » (**annexe 7, entretien 3**) Ce témoignage met en lumière les raisons qui poussent certains à préférer le vidéoprojecteur, qu'il s'agisse de l'immersion offerte par un grand écran mais aussi un lien avec l'aspect collectif du cinéma.

## - **Nouvelles pratiques de visionnage et rituels à domicile**

Comme évoqué précédemment, dans mon échantillon, une majorité de personnes interrogées a pris un abonnement à des services de streaming tels que Netflix, Amazon Prime

et Disney +. Au vu de cette pratique, un nouveau genre de film émerge, que l'on peut définir comme le "film de plateforme", des films créés par et à destination des plateformes. Nous pouvons les identifier comme des films conçus spécifiquement pour une consommation sur ces plateformes. D'après mon sondage, 78,1% des amateurs (**annexe 4 questionnaire 2**) et 51,1% des professionnels (**annexe 3, questionnaire 1**) estiment que les films produits par des plateformes ne sont pas des films de cinéma. Afin d'avoir plus de précision concernant 'le film de plateforme', j'ai intégré la question suivante dans mon questionnaire : **Pour vous qu'est-ce qu'un film de plateforme ? (annexe 4 questionnaire 2)** J'ai obtenu des réponses assez prononcées concernant cette définition.

« Objet audiovisuel formaté pour plaire à un plus large public assez consensuel (ex film de Noël) »

« Un film qui est plus divertissant que profond »

« Qualité pas ouf »

« Un film amazon prime, netflix sans recherche, qui répond à un certain schéma »

« Un film sur une plateforme »

« Un film fait pour les plateformes »

« Un film produit par et pour une plateforme (et son public) »

« Un film qui a moins de profondeur »

« Un film pas très réfléchi »

« Un film qu'on peut consommer facilement et rapidement »

J'ai, cependant eu quelques avis qui sont venus modérer ces propos et m'ont offert l'opportunité de nuancer cette définition. (**annexe 5, entretien 1**)

« Ça dépend, mais généralement c'est un film de moins bonne qualité esthétique et plus formaté ; ça veut tout et rien dire : il y a autant des films de "cinéma" rediffusés, des créations

originales de la plateforme (avec des signatures différentes selon si c'est Netflix, Amazon ou Disney). Donc les critères de jugement sont aussi variés. « C'est impossible de voir tous les films qu'on veut au cinéma, par manque de temps. Savoir qu'ils sont ensuite disponibles sur des plateformes, c'est pratique. » Ce point concernant l'aide que le numérique peut apporter pour se construire une culture cinématographique est également abordé par le réalisateur : « J'ai eu la chance de voir Nemo au cinéma et là par exemple, les jeunes actuellement, ils vont voir Dune 2 au cinéma, je ne vais pas les prendre de haut parce qu'ils ont vu Nemo sur Disney +. » (**annexe 6 entretien 2**). Et la cinéphile amateur également : « J'ai fini par regarder Barbie sur Canal après sa sortie en salle parce je n'avais pas le temps et les horaires ne correspondait pas à mon travail. » (**annexe 7, entretien 3**)

Pour la question **Comment les plateformes ont modifié votre rapport au film ?** J'ai pu obtenir les réponses suivantes : « Je me retrouve à regarder plus de films et en plus si j'ai raté un film qui me plaisait au cinéma et qu'il sort par la suite sur une plateforme, je me retrouve à le regarder.»

« Celles-ci ont rendu plus simple mon choix, et m'ont permis de découvrir des choses que je n'aurais probablement jamais regardé si l'on ne me l'avait pas mis sous l'œil » (**annexe 4, questionnaire 2**).

Ces propos apportent une nuance dans l'interprétation de ces films présents sur les plateformes. Effectivement, nous pouvons les identifier comme une autre fonctionnalité liée à des rendez-vous manqués en salle, le *rattrapage de films*, et les séparer des films de plateforme. Ce sont donc des films initialement diffusés en salles de cinéma et qui sont ensuite disponibles sur les plateformes de streaming pour permettre aux spectateurs de les visionner après leur sortie en salle. Ce phénomène répond à la demande des spectateurs en leur donnant l'occasion de voir ou revoir des films qu'ils ont manqués lors de leur sortie initiale. Ce mode de fonctionnement est perçu comme une fonction complémentaire à la salle de cinéma. Contrairement aux films de plateforme, leur appréciation est positive puisqu'ils sont initialement prévus pour le cinéma.

Les attentes ne sont donc pas les mêmes, selon que le film est regardé en salle ou à la maison. A la question **Que vous apporte un film à la maison ?** 91,1% des cinéphiles amateurs (**annexe 4, questionnaire 2**) et 90,3% des cinéphiles professionnels (**annexe 3, questionnaire 1**) considèrent les séances à domicile en grande partie liées au divertissement, comparé aux films vus en salle où la part d'émotion et d'évasion est plus présente pour les interrogés ; leurs attentes sont également plus élevées au cinéma. « Tu as une inversion des

rapports, si tu veux, où en fait, tu regardes le film et du coup, je trouve personnellement qu'il joue plus un rôle de divertissement qu'un rôle de découverte, d'immersion dans ce qu'un auteur ou dans ce qu'un scénariste ou un réalisateur a voulu nous donner, nous transmettre aussi quelque part. » **(annexe 5, entretien 1)**

En raison des réseaux sociaux comme Tiktok, le cerveau n'est plus habitué à rester devant un écran sans distraction. Un film hors de la salle de cinéma veut alors dire hors des conventions de celle-ci, à savoir ne pas parler, faire le minimum de bruit pour ne pas déranger autrui. Un mélange de ces conditions induit donc des conditions de visionnage propices à la diminution de la perception du film. En réponse à ma question **Considérez-vous que les plateformes ont modifié votre rapport aux films ?** 16,1 % des cinéphiles professionnels **(annexe 3, questionnaire 1)** et 33,3 % des amateurs estiment que oui **(annexe 4, questionnaire 2)**. Ces changements sont liés au rapport au divertissement et à la concentration « Un film sur une plateforme est davantage un divertissement pour moi qu'une réelle découverte. Je le fais pour occuper un moment ou par réflexe le soir, là où je vais au cinéma parce que j'ai une réelle envie qui se manifeste ».

« La facilité et l'accessibilité : plus besoin de prendre sa voiture ou d'anticiper le fait de se rendre dans une salle. On consomme plus mais je pense moins bien (téléphone dans les mains) alors qu'au cinéma, on ne regarde que le film, on fait pas plein de choses en même temps »

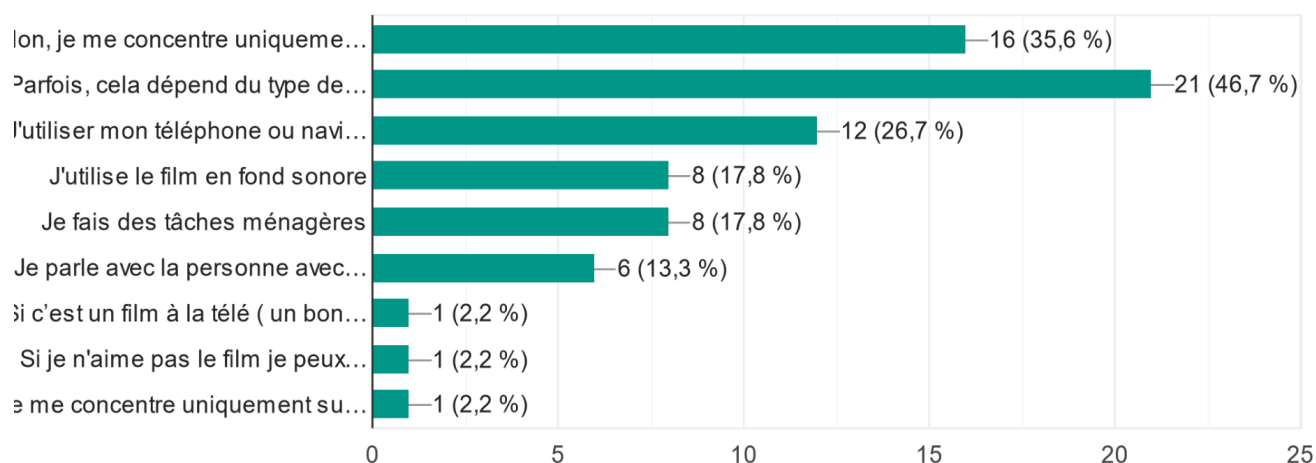
« Je suis moins attentive qu'au cinéma, je peux faire plusieurs choses en même temps. J'ai du mal à choisir dans le grand nombre de références disponibles. » **(annexe 3, questionnaire 1)**

« J'ai tendance à regarder un film plus distraitement sur plateforme, que ce soit en discutant ou en faisant autre chose comme regarder mon téléphone, alors que je ne le fais pas quand je lance un DVD ou vais au cinéma où la démarche est plus volontaire et consciente. » **(annexe 4, questionnaire 2)**.

Figure 7 Extrait question : **Faites-vous autre chose lorsque vous regardez un film à la maison ? (annexe 4, questionnaire 2. et annexe 3, questionnaire 1)**

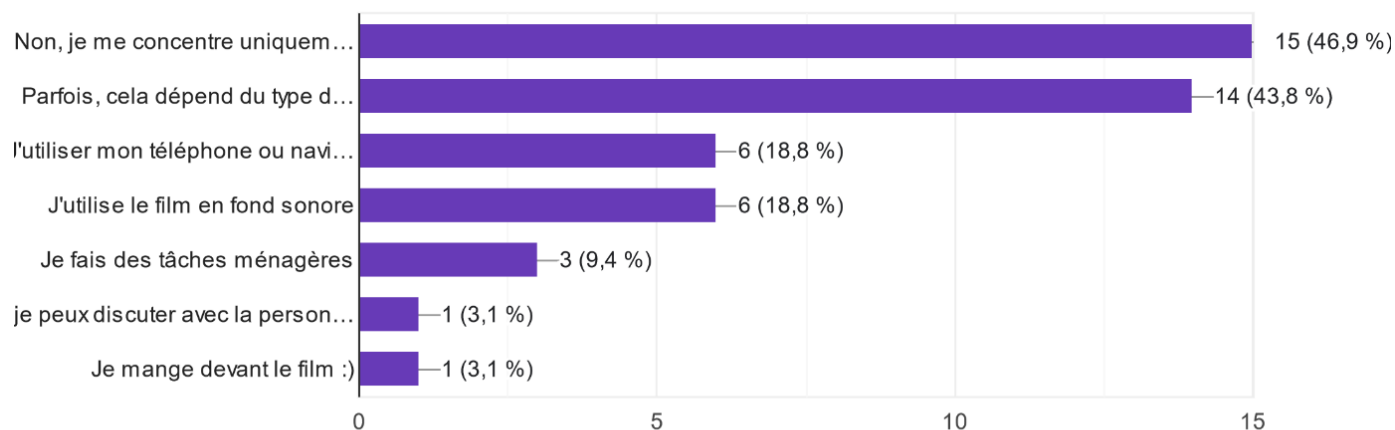
### Faites-vous autre chose lorsque vous regardez un film à la maison ?

45 réponses



### Faites-vous autre chose lorsque vous regardez un film à la maison ?

32 réponses



Une jeune étudiante interrogée sur BFMTV déclare les faits suivants concernant sa consommation de films à son domicile : « Mon téléphone portable est à côté de moi et c'est comme s'il me faisait de l'œil », explique-t-elle. « Il y a toujours un moment où je cède, dès que le film est moins palpitant. Du coup, je me retrouve souvent à pianoter sur mon portable, ce qui me gâche totalement le plaisir... mais je ne peux pas m'en empêcher.» <sup>117</sup>

<sup>117</sup> Bulant, J. (2024, 14 avril). *2h de film, c'est au-delà de mes forces : comment les réseaux sociaux ont eu raison de leur concentration*. BFM TV. [https://www.bfmtv.com/societe/2h-de-film-c-est-au-dela-de-mes-forces-comment-les-reseaux-sociaux-ont-eu-raison-de-leur-concentration\\_AN-202404140040.html](https://www.bfmtv.com/societe/2h-de-film-c-est-au-dela-de-mes-forces-comment-les-reseaux-sociaux-ont-eu-raison-de-leur-concentration_AN-202404140040.html)

En effet, lors d'un visionnage dans une salle obscure, personne ne fait autre chose et tout le monde se concentre uniquement sur le film. À domicile, 46,7%, (**annexe 3, questionnaire 1**) et 43,8% (**annexe 4, questionnaire 2.**) ont indiqué que leur concentration dépendait de leur humeur. Cela renforce l'idée que le choix des films à la maison est souvent soumis à la spontanéité, influencé par des facteurs tels que l'état d'esprit ou l'envie du moment.

De plus, 88,9 % (**annexe 4, questionnaire 2.**) et 84,4% (**annexe 3, questionnaire 1**) choisissent le film au dernier moment. Contrairement à l'expérience en salle, où le film est planifié à l'avance, cette flexibilité permet au spectateur de modifier ses choix en fonction de son ressenti instantané. 68,8% et 86,7% (**annexe 4, questionnaire 2.**) ont déjà arrêté un film sur une plateforme. Pour certains, le film est plus utilisé comme un accompagnement d'activité plutôt que son but d'origine, le visionnage. Les professionnels, quant à eux, sont plus enclins à rester concentrés pendant qu'ils visionnent une œuvre filmique à leur domicile. En effet, il n'existe pas de fracture avec le quotidien lors d'un visionnage à domicile, ce qui les pousse à agir comme dans le quotidien : « Au cinéma, tu ne vas pas bouger, tu ne vas pas parler, tu ne vas regarder ton téléphone, tu ne vas pas penser à autre chose sauf si le film est nul évidemment, mais tu vois vraiment, tu as un truc à faire, c'est regarder le film et le laisser te toucher, alors que quand t'es chez toi, déjà t'es dans ton univers donc c'est toi qui englobes le film. (**annexe 5, entretien 1**) » déclare l'assistante marketing de Pathé.

Ces disparités se retrouvent également dans les habitudes sociales liées à la sortie en salle ou au visionnage dans son salon. La majorité des personnes que j'ai interrogées regardent des films seules lorsqu'elles sont chez elles, tandis qu'elles privilégient un cadre collectif lorsqu'elles se rendent au cinéma. Ce contraste est particulièrement marqué chez les professionnels du cinéma, qui ont tendance à visionner des films seuls, même à domicile. Les amateurs de cinéma optent eux aussi pour la solitude lorsqu'ils sont à la maison mais préfèrent regarder des films en groupe lorsqu'ils sont au cinéma,. Pour Michael Bourgatte, à domicile, on engage uniquement des formes de socialisation familiale ou amicale alors que la salle oblige à côtoyer des inconnus.

<sup>118</sup> Dans mon enquête, comme dans celle de Michael Bourgatte, on assiste donc à un resserrement du social autour du cercle intime lorsque la projection passe du cinéma à l'intérieur du foyer.

---

<sup>118</sup> Michael Bourgatte. Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma Art et Essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Sciences de l'Homme et Société. Université d'Avignon, 2008. Français. NNT : . tel-00369730



On notera dans les séances à domicile l'enracinement du visionnage boulimique <sup>119</sup>, plus connu sous le nom de *binge-watching* est défini comme une pratique consistant à regarder pendant de plus longues périodes de temps que d'habitude, le plus souvent en visionnant à la suite les épisodes d'une même série. Cette tendance est caractéristique des plateformes de streaming qui offrent un accès instantané à des bibliothèques de contenus vastes et variées. Dans une enquête menée par Netflix en décembre 2013, 73 %<sup>120</sup> des personnes définissent cette frénésie par le fait de « regarder entre deux et six épisodes de la même émission de télévision en une seule séance ». Cette façon de consommer est associée aux séries mais dans la mesure où un catalogue d'objets audiovisuels est disponible, le *binge-watching* de films peut se rapprocher des marathons de films comme ils existent déjà ne serait-ce que pour les sagas Marvel ou Star Wars<sup>121</sup>. A domicile, personne n'est dans cette perspective (**annexe 4, questionnaire 2.** et **annexe 3, questionnaire 1**). Ce phénomène est plus présent en salle grâce à l'aspect collectif de la salle de cinéma évoqué précédemment et le plaisir d'être entouré de passionnés, à l'image de la salle du Grand Rex qui organise son 412e marathon<sup>122</sup> de films avec la saga Harry Potter.

En plus d'aider au *binge-watching*, la télécommande joue elle aussi un rôle central dans la création de nouvelles habitudes permettant de naviguer facilement entre les épisodes, de mettre en pause, de revenir en arrière. Lors de mon étude concernant l'utilisation de la télécommande à des fins de modifications du rythme de visionnage, il apparaît que la modification du rythme de lecture est minoritaire. Ainsi 84,4 % (**annexe 4, questionnaire 2.**) et 84,4 % (**annexe 3, questionnaire 1**) déclarent ne pas modifier la vitesse de la lecture. Dans le cadre de mes recherches, j'ai trouvé peu d'études concernant le reVISIONNAGE de films car ce fait touche plus les séries. Ce phénomène est un avantage économique pour elles car cela augmente leur valeur sur le marché de la VaD<sup>123</sup>. On assiste, d'ailleurs, à la bataille que se livrent les plateformes pour acquérir ou conserver les droits de séries culte comme *Friends* ou *The Office*, deux séries parmi les plus populaires sur Netflix qui en perdra les droits en 2020<sup>124</sup>.

---

<sup>119</sup> Selon la Commission d'enrichissement de la langue française

<sup>120</sup> PR Newswire. (2013, 13 décembre). *Netflix declares binge watching is the new normal*. PR Newswire.

<https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.html>

<sup>121</sup> Ciné-Truffaut. (2024). *Marathon Harry Potter*. Ciné-Truffaut. <https://cinetruffaut.fr/marathon-harry-potter/>

<sup>122</sup> Biscarrat, T. (2024, 14 juillet). *Harry Potter : un 412e marathon de 48 heures au Grand Rex en septembre*. *Le Figaro*.

<https://www.lefigaro.fr/cinema/harry-potter-un-412e-marathon-de-48-heures-au-grand-rex-en-septembre-20240714>

<sup>123</sup> Christine Thoër, Vincent T. Fabre et Sophie Le Berre, « Revisionnement des séries sur les plateformes de vidéo à la demande », *Communiquer* [En ligne], 31 | 2021, mis en ligne le 28 février 2020, consulté le 12 août 2024. URL :

<http://journals.openedition.org/communiquer/7651> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communiquer.7651>

<sup>124</sup> Richaud, N. (2019, juillet 13). « Friends », « The Office » : Netflix face à la perte de ses séries les plus populaires. *Les Échos*.

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/friends-the-office-netflix-face-a-la-perte-de-ses-series-les-plus-populaires-1037745>

Ce concept est tout aussi lié aux plateformes, qu'aux DVD ou plus anciennement aux VHS. Dans le cadre de leur étude, Cristel Antonia Russell et Sidney J. Levy<sup>125</sup> ont identifié deux formes de *reconsommation* de contenus qu'il s'agisse de livres, de séries et de films. La première, la régressive est liée au passé et la nostalgie, avec pour but de revivre une expérience émotionnelle passée. En second lieu, la progressive à son opposé, est ancrée dans le futur. Ce type de *revisionnage* offre en particulier une nouvelle perspective, enrichissant ainsi l'expérience et la compréhension de l'œuvre. Les adeptes de ces deux pratiques estiment que c'est une manière pour eux de se reconnecter avec eux-mêmes et l'œuvre cinématographique. « Reconstruire sa mémoire d'un objet reconsommé ou se connecter avec d'autres à travers la *reconsommation* permet à l'individu de réfléchir intérieurement, et les réflexions intérieures peuvent à leur tour permettre une reconstruction et une connexion supplémentaire<sup>126</sup> »

Maxime, la personne que j'ai interrogée fait partie des adeptes du *revisionnage* progressif car il cherche quelque chose de nouveau à chaque fois comme un détail qu'il aurait manqué ou il souhaite le revoir dans une version plus longue avec les scènes coupées (**annexe 8 entretien 4**). Cette action lui offre, comme les personnes interrogées dans l'étude citée au préalable « un sentiment de familiarité, de connaissance et de prévisibilité » en opposition avec le quotidien qui peut être perçu comme stressant. De plus, le sentiment de contrôle lié à cette pratique du *revisionnage* est un phénomène d'anticipation qui offre une « gestion émotionnelle<sup>127</sup> » et anticipe les pics émotionnels. Par ailleurs, le contrôle est également expérientiel en faisant appel à la capacité des consommateurs à naviguer au sein et entre les expériences de *reconsommation* et ainsi réguler leur déroulement temporel. En effet, il permet aux personnes de gérer la fréquence de visionnage pour garder l'intérêt et éviter l'érosion de la joie qu'il procure. Là où les échanges chaleureux autour d'un film se prolongent au-delà de la maison, les suggestions, qu'elles soient le fruit d'un algorithme ou d'un influenceur passionné, façonnent nos choix et nourrissent notre soif de découvertes cinématographiques.

---

<sup>125</sup> **The Temporal and Focal Dynamics of Volitional Reconsumption: A Phenomenological Investigation of Repeated Hedonic Experiences** CRISTEL ANTONIA RUSSELL SIDNEY J. LEVY <https://gvern.net/doc/culture/2012-russell.pdf>

<sup>126</sup> Ibid.

<sup>127</sup> Ibid.

## Partie 3 : Comment le numérique nous oriente-t-il sur nos choix de films ?

### A) Les outils de recommandations cinématographiques, entre confort et perte de discernement

#### - Qu'est-ce que la recommandation de films ?

François Truffaut a dit : « Tous les français ont deux métiers : le leur, et critique de cinéma »<sup>128</sup>. Cette citation emblématique démontre l'amour et la passion des Français pour le cinéma et la critique. La notion d'échange est nécessaire pour faire vivre un film. Sans échanger à son sujet, les personnes ne pourront pas le comprendre en détail, ni transmettre le regard du réalisateur ou donner envie à d'autres personnes de découvrir cette œuvre. La recommandation cinéophile nécessite d'être liée à la critique cinéophile, ce sont elles qui orientent les spectateurs dans leurs choix de visionnage. Toutefois, elles peuvent être divergentes dans leur approche, méthodologie, et impact. Effectivement, la critique cinéophile a tendance à proposer une analyse détaillée et subjective, rédigée par des critiques professionnels ou des passionnés de cinéma. La notion de critique cinéophile est en premier lieu liée à Louis de Luc en 1917<sup>129</sup>, on se penchait sur la presse écrite afin d'avoir une aide pour nous guider. Même si sa première tentative de critique cinéophile avec « le journal du cinéma club » fut un échec commercial, il a tracé le chemin pour *les Cahiers du cinéma* dans les années 50, Cette revue française de cinéma, réunit des jeunes cinéophiles comme Jean-Luc Godard, François Truffaut, qui y rédigent leurs premières critiques, avant de devenir des figures emblématiques de la Nouvelle Vague. La création de la Semaine internationale de la critique à Cannes en 1962<sup>130</sup> a légitimé cette profession. Dans les années 70, deux autres magazines feront leur apparition à savoir *Première*<sup>131</sup> et *Studio* en 1987<sup>132</sup> avec une offre éditoriale moins cérébrale et plus glamour.

---

<sup>128</sup> The conversation (2020) *La critique cinéma française sur YouTube : un état des lieux*, consulté le 16 juillet 2024 <https://theconversation.com/la-critique-cinema-francaise-sur-youtube-un-etat-des-lieux-141810>

<sup>129</sup> Louis Delluc - Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Louis\\_Delluc](https://fr.wikipedia.org/wiki/Louis_Delluc)

<sup>130</sup> La Semaine de la Critique <https://www.semainedelacritique.com/fr/la-semaine-de-la-critique-et-ses-missions>

<sup>131</sup> Première – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Premi%C3%A8re\\_\(magazine\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Premi%C3%A8re_(magazine))

<sup>132</sup> Studio – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Studio\\_Magazine](https://fr.wikipedia.org/wiki/Studio_Magazine)

La critique et la recommandation évoluent, dans leur essence et leur diffusion. Elles se déploient grâce à des émissions de radio et de télévision comme l'émission « Le Masque et la Plume » sur France Inter en 1957<sup>133</sup> et « Le cercle » sur Canal + depuis 2004. La crise de la presse écrite a poussé les mensuels à se tourner vers le numérique. Par conséquent, dès la fin des années 1990, les recommandations cinéphiles se sont développées en ligne. En effet, si les historiens ou les géographes utilisent Internet avec modération du fait des a priori sur sa crédibilité, la recommandation s'y est pourtant largement développée depuis la fin des années 1990. En 2003, le nombre de revues de cinéma commerciales en ligne dépassait celui des éditions papier<sup>134</sup>. Ce renouveau est en partie dû au fait de la possibilité de lecture : un site internet peut être lu facilement depuis n'importe où. Les *Cahiers du cinéma*, une référence incontournable dans le domaine de la recommandation cinéphile, ont vu leur diffusion payante chuter, passant de <sup>[1]</sup> 12 200 exemplaires en 2019 à 10 049 exemplaires en 2022<sup>135</sup>. Grâce au numérique, nous sommes à un clic de l'avis des autres, cela prend plusieurs formes comme une notation, un avis écrit que ce soit par des professionnels ou des consommateurs. Ce nouveau support de diffusion est relié à la cinéphilie postmoderne puisque les nouveaux font désormais partie d'une sorte de « rituel cinéphile » de publication du jugement. Laurence Allard parle d'ailleurs de « cinéphilie assistée par ordinateur » ou encore de « cybercinéphiles »<sup>136</sup>.

Dans le cadre de la recommandation cinéphile, les systèmes de notation et de classement des films, souvent utilisés par les plateformes de streaming et les sites de critiques, promettaient initialement de démocratiser l'accès aux opinions et de diversifier les recommandations en fonction des goûts des utilisateurs. Pour Jean-Michel Guy, « Parler de cinéma, c'est une merveilleuse façon de se dire. »<sup>137</sup> Cette citation illustre parfaitement le rôle essentiel des recommandations cinéphiles. En partageant leurs coups de cœur et leurs analyses, les passionnés de cinéma expriment non seulement leurs goûts et leurs réflexions, mais aussi une part de leur identité. Au vu des différentes communautés liées à la création de forums, blogs, chaînes audiovisuelles, la culture cinématographique apparaît comme un bien *commun*, un lien communautaire, le ciment de groupes *d'appartenance* vastes et communicants<sup>138</sup>.

---

<sup>133</sup> Le Masque et la Plume - Wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Le\\_Masque\\_et\\_la\\_Plume](https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Masque_et_la_Plume) consulté le 16 juillet 2024

<sup>134</sup> Critique de cinéma - Wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Critique\\_de\\_cin%C3%A9ma](https://fr.wikipedia.org/wiki/Critique_de_cin%C3%A9ma)

<sup>135</sup> Nombres d'exemplaires vendus en kiosque et les abonnements

<sup>136</sup> Marion Yoccoz *Les amateurs de cinéma sur le réseau Internet : peut-on parler d'une nouvelle forme de cinéphilie ? Le cas des forums de discussion* <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00683597/document>

<sup>137</sup> Guy, J. (2000). *La culture cinématographique des Français*. Ministère de la Culture - DEPS. <https://doi.org/10.3917/deps.guy.2000.01>

<sup>138</sup> Ibid.

La critique cinéphile amateur ou professionnelle, est subjective et dépend des émotions, de l'expérience et du contexte. Par conséquent, sa perception est liée aux individus. Cette théorie est confirmée par la citation suivante de Laurent Jullier : C'est « le produit d'une rencontre entre des données audiovisuelles et la façon dont un spectateur les reçoit et en éprouve l'effet sur lui. »<sup>139</sup> La parole des amateurs est de plus en plus présente, et ne se cantonne plus uniquement à des discussions entre amis. Hervé Le Crosnier s'appuie sur les dires de Cécile Méadel pour expliquer de quelle manière le réseau Internet « bouscule la hiérarchie entre le savant et le profane »<sup>140</sup>, autrement dit comment les rapports entre les professionnels et les amateurs ont été bousculés. En effet, la multiplicité des supports de communication pour donner un avis sur un film et émettre des recommandations se multiplie et se rapproche de la critique professionnelle. La diffusion de masse d'informations sur le cinéma et les échanges devenus anonymes ont tendance à être perçus comme égalitaires. Ainsi, il suffit aujourd'hui de taper le titre d'un film dans un moteur de recherche pour trouver directement l'information recherchée, qu'elle soit accessible directement sur un site commercial, une encyclopédie en ligne, ou sur le site. Par conséquent, les frontières se brouillent et des contestations se font entendre. Pour Fereydoun Hoveyda, « la seule critique valable est celle publiée dans les mensuels »<sup>141</sup>. Selon Guyonnet, il faut réfléchir sur le comment de la critique. Ensuite, il en cite plusieurs dont la signification politique, l'interprétation morale, le goût personnel, la méthode sophistiquée, la description sociologique ou encore la critique historique.

Par définition, les recommandations amateurs ne reposent pas sur les mêmes critères que les professionnels. Les acteurs du cinéma sont divisés à cet égard, certains estimant même leur inutilité. Les points à soulever sont des critères qui servent à estimer la valeur d'un film, qui sont moins codés que pour les professionnels. Cependant, une différence sépare le fait de discuter à la sortie d'une salle de cinéma et le fait de se connecter à l'Internet afin de partager son opinion : en effet, s'exprimer à l'oral et à l'écrit ne relève pas des mêmes compétences car l'écriture « transforme le cadre de l'expérience cinématographique » Dans ces conditions de multiplication des films de genre et d'omniprésence du numérique, des outils de recommandation automatique vont apparaître. L'un des premiers outils de recommandations de films fut Moviefinder.com en 1996 et le second étant MovieLens<sup>142</sup> créé en 1997 aux Etats-

---

<sup>139</sup> Jean Ferrette, « Laurent Jullier, *Qu'est-ce qu'un bon film ?* », *Lectures* [Online], Reviews, Online since 10 December 2012, connection on 28 July 2024. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/10112> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lectures.10112>

<sup>140</sup> LE CROSNIER, Hervé, *Internet : la révolution des savoirs*. Paris : La documentation française, 2010, (Problèmes politiques et sociaux, n°978), p35

<sup>141</sup> Wikipédia, *op. cit.* p60

<sup>142</sup> MovieLens, Wikipédia, <https://en.wikipedia.org/wiki/MovieLens>

Unis. C'est un système de recommandation basé sur le web où une communauté virtuelle recommande à ses utilisateurs des films à regarder, en fonction de leurs préférences cinématographiques en utilisant le filtrage collaboratif des classements de films et des critiques de films. Son but premier était de recueillir des données de recherche sur les recommandations personnalisées. Amazon.com a utilisé la technologie de la société pour former son moteur de recommandation pour les achats des consommateurs. Ces outils vont se démocratiser et intégrer durablement le quotidien du cinéphile avec Netflix, Amazon Prime, Apple TV et d'autres plates-formes. Le point commun qu'on peut retrouver avec ces différents sites est l'avancée des algorithmes, car comme Dominique Cardon l'a indiqué dans son livre *A quoi rêvent les algorithmes ?* « Aucun algorithme n'est neutre ». Il diffuse chacun à leur façon un mode de pensée, et quelque chose qui nous pousse à rester de plus en plus sur ce site.

La recommandation filmique prend un sens différent avec le numérique, une uniformisation de l'avis et de la recommandation de masse est à remettre en question. Cependant, une autre influence majeure dans la recommandation de films vient des sites d'évaluation en ligne tels qu'IMDb, Allociné. En effet, en 2014, il n'est pas une plateforme qui n'ait pas développé un système de prescriptions qui vise à recommander à tout spectateur un film, une série ou un spectacle en fonction des choix qu'il a déjà faits<sup>143</sup>. Dans un ouvrage collectif dirigé par Hervé Le Crosnier, la journaliste indépendante Sally Burch propose de considérer notre société comme une « société des savoirs partagés<sup>144</sup> » plutôt qu'une « société de l'information ». Cette perspective est particulièrement pertinente dans le contexte de la recommandation cinéphile : avec Internet et les plateformes de streaming, les recommandations de films et séries ne reposent pas seulement sur des informations statiques, mais sur un réseau dynamique et interconnecté de savoirs partagés, qui influence et personnalise les choix des spectateurs.

Figure 8 Extrait des réponses **Sur quelles plateformes en ligne recherchez-vous des informations sur les films ? (annexe 4, questionnaire 2.)**

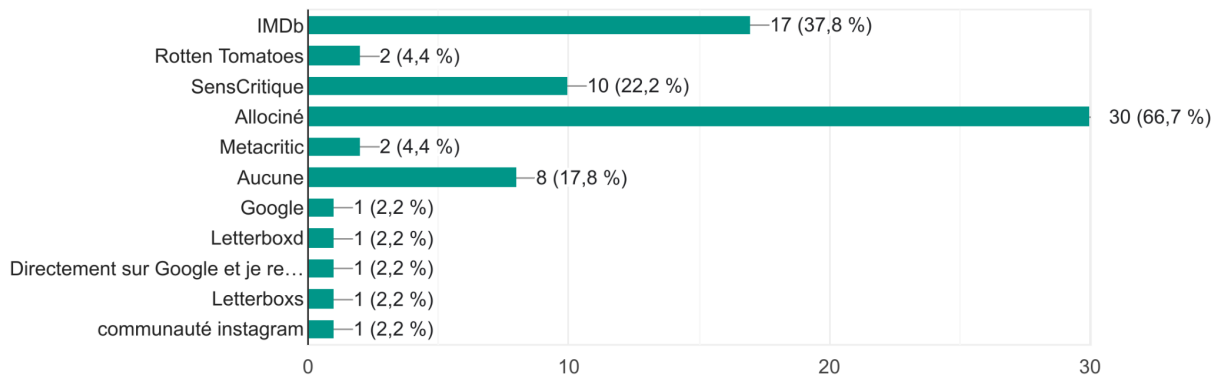
---

<sup>143</sup> Péquignot, Bruno. « Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Armand Colin, coll. « 128 Paris », 2005, 128 pages », *Sociologie de l'Art*, vol. ps910, no. 2-3, 2006, pp. 209-211.

<sup>144</sup> BURCH, Sally, « De la société de l'information à la société des savoirs partagés », In : LE CROSNIER, Hervé, *Internet : la révolution des savoirs*. Paris : La documentation française, 2010, (Problèmes politiques et sociaux, n°978),

Sur quelles plateformes en ligne recherchez-vous des informations sur les films ? (Cochez toutes les réponses pertinentes)

45 réponses



Au vu des résultats du questionnaire, on note une prédominance de l'utilisation d'IMDb et Allociné dans mon panel. Suite aux résultats de ce questionnaire, j'ai décidé d'étudier ces sites. Effectivement, ce qui nous intéresse dans cette étude est l'action de recommander. Lorsque nous effectuons une recherche de la signification du verbe recommander, nous avons les définitions suivantes dans le Larousse. « L'action de recommander quelqu'un, de le signaler à la bienveillante attention d'un autre » ; « paroles, écrit recommandant quelqu'un. » « L'action de recommander quelqu'un, d'exhorter quelqu'un à faire quelque chose, à adopter une certaine conduite. » Dans sa définition, le verbe recommander peut-être utiliser aussi bien dans des situations bienveillantes ou de confrontation.

#### - La recommandation active : IMDb, Allociné

Afin de comprendre l'impact du numérique dans la recommandation, il est important d'examiner deux plateformes spécialisées, Allociné et IMDb. En effet, à la différence des algorithmes de recommandation des plateformes de streaming, on est à même de noter que ces sites offrent une approche plus détaillée en fournissant des informations complètes, des critiques et des avis d'utilisateurs rédigés. Dans le cadre de la recommandation active, le spectateur a la capacité d'écrire non seulement des commentaires à propos d'un film mais aussi lui attribuer une note. A ce jour, IMDb (Internet Movie Database) est une base de données spécialisées sur le cinéma contenant plus de 4 millions de films. Lancée le 17 octobre 1990 aux Etats-Unis, elle appartient désormais à Amazon depuis 1998. On peut notamment souligner que la télévision et plus rarement les jeux vidéo sont également intégrés dans les bases de données,

Défini comme le pendant français d'IMDb, Allociné a été conçu en France en 1993 par Jean-David Blanc et Patrick Holzman<sup>145</sup>. A sa création, Allociné était uniquement un service d'informations téléphoniques sur les programmes cinématographiques<sup>146</sup>. Grâce à l'évolution du numérique, l'entreprise s'est imposée sur le marché et actuellement, on observe que chaque mois, 15 millions de Français se rendent sur le site. On peut de même constater qu'un de ses actionnaires est Canal +. Depuis sa création, Allociné a su s'adapter aux tendances cinéphiles en ajoutant par exemple un onglet streaming à son site en 2021. Ce modèle a révolutionné la critique cinéma, ouvrant ainsi cette activité non seulement aux professionnels mais aussi aux amateurs passionnés ou ordinaires.<sup>147</sup> Bien que visuellement, les avis professionnels restent séparés des avis des spectateurs, ils sont mis à la même échelle de lecture ce qui démontre leur intérêt et leur potentiel d'influence pour les visiteurs du site. Nous retrouvons le même fonctionnement pour IMDb sauf que les critiques presse sont remplacées par la rubrique avis des critiques et critiques spectateurs par avis d'utilisateurs.

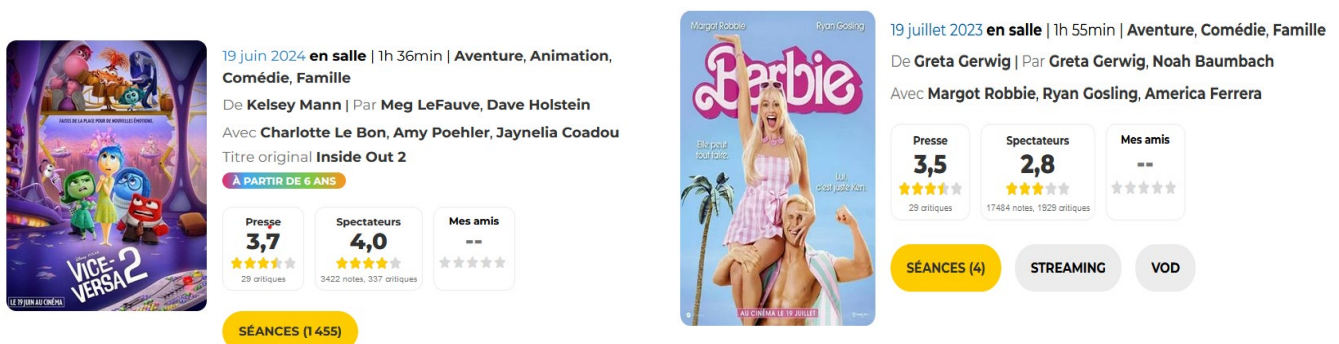


Figure 9 - Capture d'écran du site Allociné

Suite à l'étude des critiques presse et amateurs, nous pouvons observer qu'il peut y avoir des disparités plus ou moins fortes entre les avis (**annexe 11**). En effet, ne se basant pas sur les mêmes critères pour exprimer une critique, les amateurs ont plus tendance à se concentrer sur le registre émotionnel<sup>148</sup>. L'important est la réception des émotions et l'effet qu'elle a eu sur le spectateur et l'utilisation des pronoms personnels « je », « mon », « ma » montrent qu'ils se placent au cœur de la critique. Nous retrouvons plus ce type de critiques dans les films dits

<sup>145</sup> Allociné, wikipedia <https://fr.wikipedia.org/wiki/Allocin%C3%A9>

<sup>146</sup> Allociné, Avec AlloCiné, ne restez pas simple spectateur ! <https://www.allocine.fr/service/>

<sup>147</sup> Leveratto & Jullier, 2010, op. cit., p. 6

<sup>148</sup> Valérie Beaudouin et Dominique Pasquier, « Les formes de l'exercice critique », RESET [En ligne], 5 | 2016, mis en ligne le 30 juin 2016, consulté le 21 août 2024. URL : <http://journals.openedition.org/reset/684> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/reset.684>



commerciaux (**annexe 12**). Ces avis sont rédigés par des personnes ne mettant pas beaucoup d'avis. Dans ce cas de figures, nous parlerons alors de partage cinéophile et non de critique de films. Cette notion est introduite par Jullier, Leveratto : en effet ce phénomène met en lumière que l'attraction exercée par le film relève davantage du partage de ressentis que d'une analyse critique formelle.

Les professionnels ont plus tendance à s'exprimer en déployant un argumentaire et jugent sur l'esthétique, la technicité ou la pertinence du scénario, mais ils ne se placent pas au centre de leur argumentation (**annexe 13**). On pourrait supposer qu'il existe deux types de critiques, la professionnelle et l'ordinaire, mais grâce à une étude de Michaël Bourgatte, nous avons pu nous apercevoir qu'il existe une troisième catégorie selon le type de film visionné<sup>149</sup>. Pour les films dits commerciaux, on retrouve des critiques subjectives avec une mise en avant personnelle. Un deuxième groupe de critiques, plus neutres et effaçant la présence de l'auteur dans le texte, est à associer aux films Art et Essai dits porteurs : les avis sont plus longs et le profil des commentateurs montre qu'ils sont plus habitués à écrire car nous pouvons observer qu'ils ont majoritairement réalisé plus de 800 critiques comme par exemple pour le film Art et Essai *A bout de souffle* de GODARD Jean-Luc classé Art et Essai dans la catégorie Patrimoine et Répertoire (**annexe 14**)<sup>150</sup>. Enfin, un troisième ensemble de critiques, davantage analytiques et marquées par une mise à distance de l'auteur, se concentre sur des films Art et Essai de niche<sup>151</sup>. En tant qu'utilisateur du site, nous trouvons donc une diversité de points de vue qui permettent de nous aiguiller et de nous aider dans la recommandation d'un film. Ces sites ne s'adressent pas à un public ciblé mais peuvent au contraire convenir à des profils très variés.

En plus des commentaires écrits, la cotation des films allant de 1 à 5 étoiles sur Allociné et de 0 à 10 points sur IMDb, joue un rôle important complémentaire en fournissant aux spectateurs un avis rapide et accessible. Elle est ajoutée par les utilisateurs et complétée par les critiques professionnelles ou spectateurs, offrant de fait une première impression qui guide souvent les décisions des cinéophiles. Décrite par les professionnels comme vu précédemment, elle est présente sur le site des Cahiers du cinéma, pionnier de la critique cinématographique sous le nom du conseil des dix, nous retrouvons dix recommandations de critiques de cinéma

---

<sup>149</sup> Michaël Bourgatte, « Pour une analyse informatisée de la critique de cinéma. Ce que dit la critique de la structure du champ cinématographique », *Questions de communication* [En ligne], 31 | 2017, mis en ligne le 01 septembre 2019, consulté le 31 juillet 2024. ; <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11167>

<sup>150</sup> Ibid.

<sup>151</sup> Ibid.

provenant de différents journaux comme le Monde, les Inrockuptibles, de Télérama, et les Cahiers du cinéma<sup>152</sup> (**annexe 15**). Cependant, bien que la cotation soit importante pour sa clarté et sa commodité, elle montre des limitations significatives : « La fiabilité de la cotation dépend, pour ce qui concerne l’avis des consommateurs, de l’importance de la participation. On ne peut pas se rendre compte de l’avis du film sur simple cotation. Il y a une perte des détails comparé à l’écrit<sup>153</sup> ». En outre, cette hypothèse sous-entend deux problèmes, le premier étant une restriction de la profondeur de la critique et le deuxième un élément qui devient nécessaire pour avoir une note représentative, la popularité d’un film. Cette problématique se confirme suite à mes différentes interviews. Léa admet qu’elle ne lit pas les critiques « Je m’intéresse plus à la cotation, je n’ai pas le temps de lire les critiques ou si je le fais, c’est plus celle des spectateurs sur Allociné ». (**annexe 7, entretien 3**).

Les systèmes de notation contribuent à favoriser les films qui sont considérés comme populaires. En créant un cycle où les films les plus notés deviennent encore plus visibles, ils décrédibilisent des films moins connus ou des œuvres indépendantes. Un film à succès public bénéficiera du grand nombre de critiques publiées. Effectivement, les spectateurs sont plus enclins à partager leurs opinions sur un film largement vu. Cette théorie est confirmée par l’essayiste Michaël Bourgatte lors d’une interview sur les critiques de cinéma en ligne : « On observe d’abord une relation entre le nombre de copies du film qui ont été tirées au moment de la sortie en salle, le nombre d’entrées réalisées et le nombre de critiques produites : plus le nombre de copies et le nombre d’entrées sont importants, plus le nombre de critiques l’est aussi. Et vice-versa. Il y a donc un rapport de réciprocité entre la capacité d’un film à investir le marché (nombre de copies), son succès public (nombre d’entrées en salle enregistrées) et le désir de s’exprimer à son sujet (taux de publication de critiques sur le site Allociné). »<sup>154</sup> Le nombre d’avis est lié au succès du film.

---

<sup>152</sup> Conseil des dix, Cahiers du Cinéma <https://www.cahiersducinema.com/conseil-des-dix/>

<sup>153</sup> JULLIER Laurent, LEVERATTO Jean-Marc, « Conclusion. Le « devenir-expert » du spectateur », dans : , *Cinéphiles et cinéphilies. Une histoire de la qualité cinématographique*, sous la direction de JULLIER Laurent, LEVERATTO Jean-Marc. Paris, Armand Colin, « Hors collection », 2010, p. 203-219. URL : <https://www.cairn.info/cinephiles-et-cinephilies--9782200244453-page-203.htm>.

<sup>154</sup> Michaël Bourgatte, « Pour une analyse informatisée de la critique de cinéma. Ce que dit la critique de la structure du champ cinématographique », *Questions de communication* [En ligne], 31 | 2017, mis en ligne le 01 septembre 2019, consulté le 03 août 2024. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11167> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11167>

Pour la question **Comment évaluez-vous la fiabilité des informations que vous trouvez en ligne sur un film ?** les résultats montrent que la majorité des répondants considèrent ces informations comme « assez fiables ». En effet, 60 % des participants (**annexe 4, questionnaire 2.**) et 65,6 % des participants (**annexe 3, questionnaire 1**) ont évalué les informations en ligne de cette manière. Il est également important de noter qu'aucun répondant n'a sélectionné l'option « pas du tout fiable ».

Les agences de marketing ont pleinement conscience de l'importance de l'impact commercial des notations et sont désormais soupçonnées de participer à la publication de faux avis pour promouvoir leurs films. Prenons l'exemple « *Astérix et Obélix : l'Empire du milieu* ». Lors de sa sortie, le film avait une note « spectateurs » de 2,2 sur Allociné, après ses différentes avant-premières, sa note est tombée à 1,5 puis est remontée à 1,8 quelques jours après<sup>155</sup>. Dans les critiques attribuant cinq étoiles aux aventures des célèbres Gaulois, 55 % émanent de comptes qui n'ont publié aucun autre avis et qui ont été créés le jour de la sortie du film.<sup>156</sup> Interrogé à ce sujet, Yannick Chatelain, professeur associé à Grenoble Ecole de management (GEM) émet la réflexion « Cela transpire les faux commentaires, bref un appui marketing fallacieux. »<sup>157</sup>

Il est également intéressant d'observer qu'AlloCiné propose une couverture diversifiée de l'ensemble des plateformes de streaming, à la différence d'IMDB qui se distingue par ses priorités commerciales. En tant que filiale d'Amazon, IMDB adopte des stratégies spécifiques qui influencent son fonctionnement et les recommandations qu'elle propose à ses utilisateurs. Nous pouvons constater que les contenus les plus en avant sur ce site privilégient principalement les plateformes qui sont liées à Amazon. Prime Video est la plateforme de streaming d'Amazon et Max est présente sur Amazon Prime depuis le 11 juin 2024<sup>158</sup> et son rang dans le classement a été modifié. Dès lors que Max a été lié à Amazon Prime, les films présentés par cette plateforme sont passés des dernières lignes des recommandations aux premières.

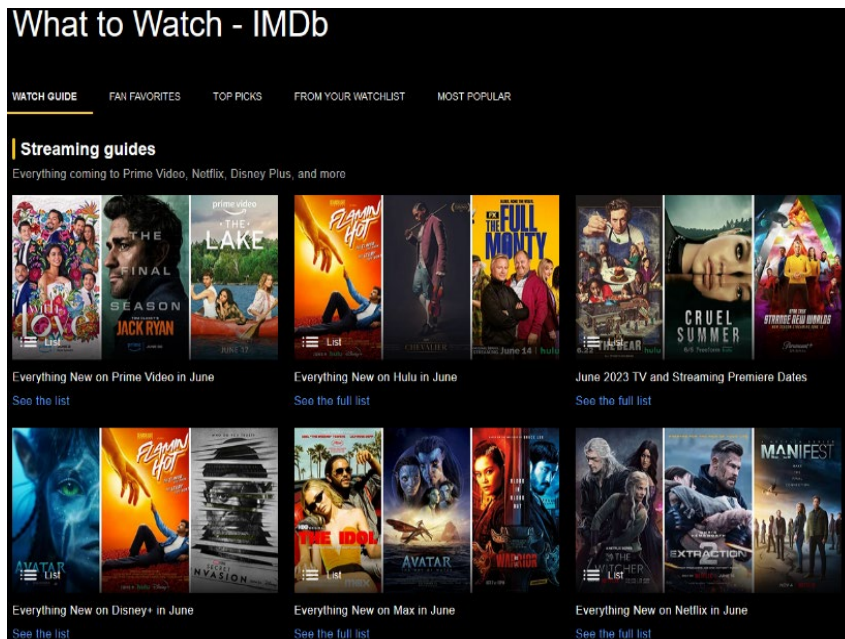
---

<sup>155</sup> Libération (2023 ) «*Astérix*», «*Vaincre ou mourir*» : ces films ont-ils bénéficié de notes et commentaires truqués sur Allociné ? consulté le 14 mai 2024 [https://www.liberation.fr/checknews/asterix-vaincre-ou-mourir-ces-films-ont-ils-beneficie-de-notes-et-commentaires-truques-sur-allocine-20230211\\_T2QUE5CVSVCHZGGOG35VTRW2WU/](https://www.liberation.fr/checknews/asterix-vaincre-ou-mourir-ces-films-ont-ils-beneficie-de-notes-et-commentaires-truques-sur-allocine-20230211_T2QUE5CVSVCHZGGOG35VTRW2WU/)

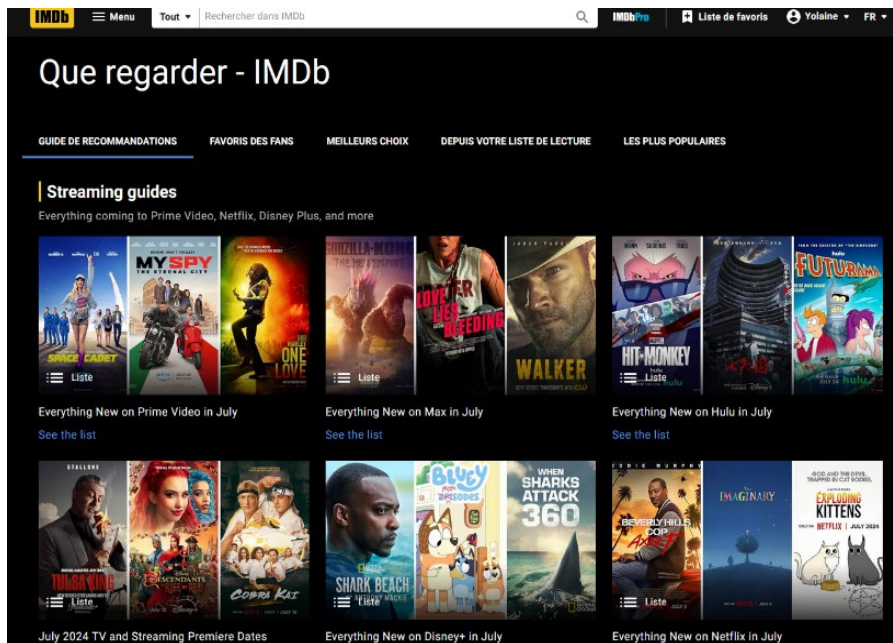
<sup>156</sup> Ibid.

<sup>157</sup> Ibid.

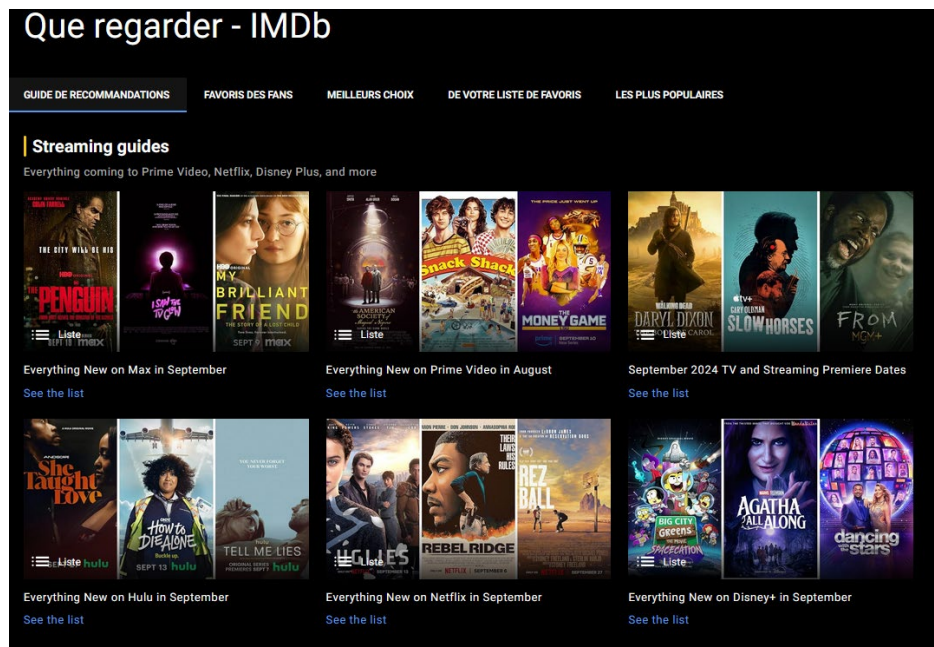
<sup>158</sup> Prime vidéo (2024, 15 mai )*Prime Video lancera Max sur Prime Video Channels en France à partir du 11 juin*, consulté le 30/05/2024 Amazon <https://www.aboutamazon.fr/actualites/actualites/prime-video-lancera-max-sur-prime-video-channels-en-france-a-partir-du-11-juin>



Capture d'écran - 8 juin 2023



Capture d'écran - Juillet 2024



Capture d'écran – septembre 2024

Figure 10 – Capture d'écran du site IMDb de la page Que regarder - IMDb

AlloCiné, quant à lui, propose une grande variété de plateformes de streaming pour visionner des films, offrant ainsi une certaine diversité dans les recommandations. Par exemple, lorsque certains films sont disponibles sur Amazon Prime Video et aussi sur d'autres plateformes de streaming, AlloCiné peut parfois suggérer des options comme l'achat en VOD sur Canal+ ou Orange ou d'autres plateformes (**annexe 16**), au lieu de mettre en avant directement Amazon Prime Video. Cette proposition peut dépendre de plusieurs facteurs tels que des accords commerciaux ou des préférences spécifiques auxquels je ne peux émettre que des hypothèses.

En revanche, sur IMDB, la situation est différente. Lorsque vous consultez un film disponible sur plusieurs plateformes dont Amazon Prime, IMDB vous propose systématiquement un lien de redirection vers Amazon Prime ou le site Amazon pour acheter le DVD et approfondir votre expérience cinéphile. Vous n'aurez pas d'informations sur les autres options pour d'autres plateformes où le film est également disponible. Par ailleurs, dans le cas d'un film Netflix ou Disney + (**annexe 17**), il n'existe aucun lien permettant d'aller sur les sites concernés ou de savoir s'il est disponible auprès des services d'Amazon (**annexe 18**). Cette approche exclusive limite les suggestions aux services d'Amazon et ignore les autres alternatives de streaming. Pour les visiteurs, cela signifie que les choix de visionnage sur IMDB



sont fortement orientés vers les offres d'Amazon, diminuant la visibilité des options disponibles sur d'autres plateformes et réduisant la possibilité de comparer différentes options de visionnage et différents catalogues. On peut également observer si le visiteur tape directement le nom du film sans passer par les catégories proposées par la plateforme, il n'obtiendra pas cette information.

### - La recommandation semi-passive de Netflix

Dans le secteur audiovisuel, Netflix fait figure de pionnier quant à l'utilisation des données personnelles. Afin de définir son algorithme comme un système de recommandation considérée comme passive je me suis appuyée sur la théorie suivante : « Nous qualifions cette option de passive, car elle se fait à l'insu du client lui-même et prend diverses acceptions selon les sites : « ceux qui ont regardé ce film ont aussi regardé ces autres films », « ceux qui ont acheté ce film ont aussi acheté les films suivants », « ceux qui ont aimé ce film ont aussi aimé »<sup>159</sup> . En d'autres termes, sur Netflix, l'utilisateur est plutôt passif et les choix portés sur le prochain film ou la prochaine série qui seront joués sont en grande partie déterminés par un algorithme<sup>160</sup>.

Erwan Escoubet (FNCF) a déclaré ceci : « Les plateformes, au minimum, prennent du « temps de cerveau disponible du public <sup>161</sup> ». Risque-t-on de devenir comme les humains dans le film Wall-E ? Des individus passifs en perte d'autonomie guidés par la technologie ? Lors de mes interviews avec Nicolas, ce dernier exprimait un avis tranché en associant le comportement des utilisateurs qui se laissent guider par l'algorithme à de la paresse : « Ce sont juste les gens qui sont un peu plus stupides parce qu'ils ont une paresse intellectuelle. Rien à voir, mais prends YouTube, l'algorithme est très bien fait, tu as toujours une vidéo à voir, un truc à voir » (**annexe 6 entretien 2**). Bien qu'il promette une grande variété de contenus accessibles à tous, avec plus de 4300 films, séries, documentaires et dessins animés à son catalogue, Netflix France<sup>162</sup> utilise plusieurs algorithmes de recommandation pour plusieurs

---

<sup>159</sup> Ethis, Emmanuel. « Chapitre 5. Les enjeux de la recommandation cinéphilique », , *Sociologie du cinéma et de ses publics*. sous la direction de Ethis Emmanuel. Armand Colin, 2018, pp. 137-153.

<sup>160</sup> Netflix : comment fonctionne l'algorithme de recommandations ?, Futura, 28 mars 2018

<sup>161</sup> Les Cahiers du Crocic (2020, juillet) op. cit. p23

<sup>162</sup> Aurélien Robert et Guillaume Bonvoisin (2023, 28 novembre) Catalogue Netflix US : France vs USA. Faut-il prendre un VPN ? CNT France  
<https://www.cnetfrance.fr/news/netflix-france-vs-usa-les-films-et-series-en-moins-au-catalogue-et-faut-il-prendre-un-vpn-39898833.htm>

raisons clés. Ce procédé vise à améliorer l'expérience utilisateur, augmenter l'engagement et optimiser leur catalogue de contenus. Son système se base non seulement sur les informations concernant l'utilisateur mais aussi sur tous les projets présents sur la plateforme que l'utilisateur visionne ainsi que sa façon de le consommer.<sup>163</sup>

Il s'appuie sur du machine Learning, que l'on pourrait définir de la façon suivante : Le machine Learning (ML) est une forme d'intelligence artificielle (IA) axée sur la création de systèmes qui apprennent, ou améliorent leurs performances, en fonction des données qu'ils traitent<sup>164</sup>. Une méthode spécifique est entre autres utilisée, à savoir, le filtrage collaboratif<sup>165</sup>. Afin d'établir une liste de recommandations<sup>166</sup>, elle repose sur l'idée que si deux clients ont un historique de notation similaire, ils se comporteront de la même manière à l'avenir.

Dans un premier temps, un processus d'analyse d'une grande quantité de films et de séries a été mis en place. Pour ce faire, Netflix a recruté des « tagueurs » en charge d'évaluer les films en fonction de critères précis. Les informations recueillies ont contribué à la création de mots clés attribués à chaque profil d'utilisateurs correspondant à une communauté de goûts<sup>167</sup>. Selon Frédéric, spécialiste de la VOD et animateur du podcast Netflixers, il existe environ 2 000 communautés de goûts<sup>168</sup>. C'est grâce à ces communautés que l'entreprise peut estimer quel contenu peut nous intéresser.

La page d'accueil de Netflix (**annexe 19**) recoupe plusieurs algorithmes pouvant être utilisés pour une ligne. Parmi ceux qui ont pu être divulgués, nous retrouvons l'algorithme PVR<sup>169</sup> qui classe les vidéos à l'aide de probabilités de visionnages avec des titres types « séries à regarder sans modération ». Le top N<sup>170</sup> qui ressemble au précédent, est lié à l'ensemble du catalogue de Netflix. La rubrique « continuer la lecture <sup>171</sup>» est, elle aussi, soumise à un algorithme, qui étudie la probabilité de notre profil à reprendre et finir les contenus. On peut également observer que Netflix anticipe si le contenu recherché n'est pas présent sur la

---

<sup>163</sup> Netflix, Fonctionnement du système de recommandations de Netflix, <https://help.netflix.com/fr/node/100639> consulté le 12/07/2024

<sup>164</sup> Oracle, *Qu'est-ce que le machine learning ?* [https://www.oracle.com/fr/artificial-intelligence/machine-learning/what-is-machine- /](https://www.oracle.com/fr/artificial-intelligence/machine-learning/what-is-machine-/)

<sup>165</sup> Drumond, G., Coutant, A. & Millerand, F. (2018). La production de l'utilisateur par les algorithmes de Netflix. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 19(2), 29-44. <https://doi.org/10.3917/enic.025.0029>

<sup>166</sup> Ibid

<sup>167</sup> Lefer-Palos, C. (2020, 24 septembre). *Comment Netflix choisit les séries que vous allez regarder ?* CScience.ca. <https://www.cscience.ca/>

<https://www.cscience.ca/comment-netflix-choisit-les-series-que-vous-allez-regarder/> consulté le 12/07/2024

<sup>168</sup> Drouard, E., & Zagdoun, B. (2019, 15 février). *Comment Netflix s'y prend pour nous rendre accros.* Franceinfo.

[https://www.francetvinfo.fr/culture/series/netflix/enquete-franceinfo-comment-netflix-sy-prend-pour-nous-rendre-accros\\_3189939.html](https://www.francetvinfo.fr/culture/series/netflix/enquete-franceinfo-comment-netflix-sy-prend-pour-nous-rendre-accros_3189939.html)

<sup>169</sup> New America, Case Study: Netflix, <https://www.newamerica.org/oti/reports/why-am-i-seeing-this/case-study-netflix/>

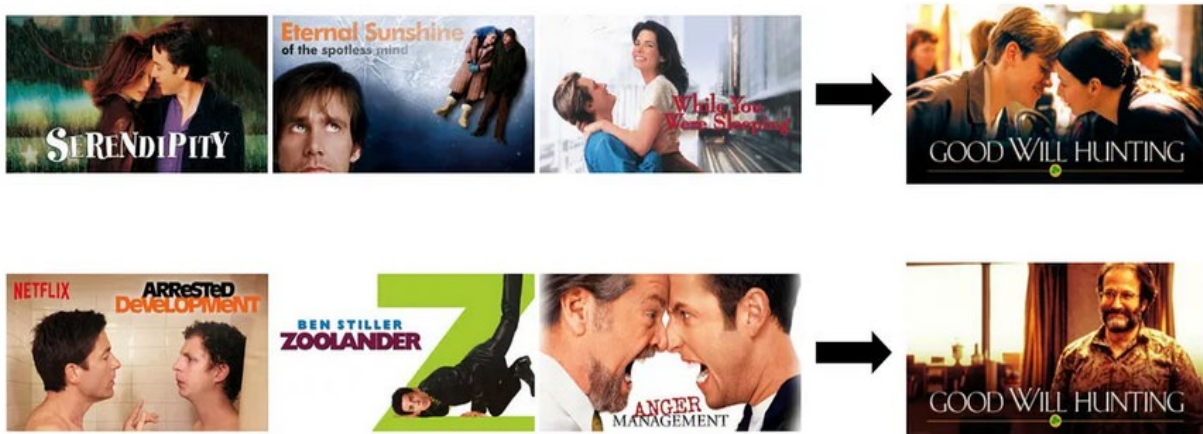
<sup>170</sup> Ibid.

<sup>171</sup> Ibid.

plateforme, elle suggère des titres similaires susceptibles de nous plaire, réduisant ainsi notre frustration avec des propositions de contenus grâce à la barre de recherche.

Il est important de noter qu'après avoir visionné un film ou une série, les utilisateurs ont la possibilité de donner une évaluation ou de marquer leur appréciation en utilisant un système de likes. Ces évaluations jouent un rôle crucial dans le perfectionnement des recommandations fournies par l'algorithme. Du fait de son succès Yann Lafargue, porte-parole de Netflix EMOA déclare sur France info<sup>172</sup>« On sait que dans 80% des cas, vous allez suivre ces recommandations, donc ça fonctionne pas mal. » Ce critère est important car il représente plus de 30 % dans le processus de décision, 37,8% des cinéphiles amateurs (**annexe 4, questionnaire 2.**) se réfèrent à la section « recommandé pour vous » pour choisir un film et 32.3 % pour les savants et (**annexe 3, questionnaire 1**).

La personnalisation de l'interface suite à l'utilisation du logiciel ne se résume pas qu'au titre proposé. En effet, la miniature est aussi un moyen d'action pour vous faire visionner un film. Prenons l'exemple de votre envie de regarder le film « *Terminator* », selon votre appétit pour les films d'action, les scènes d'action seront plus ou moins suggéré sur la miniature : l'idée, encore une fois, est de vous inciter à cliquer et à lancer le film ou la vidéo.<sup>173</sup>



**Figure 11 : Modification des miniatures selon les choix précédents<sup>174</sup>**

<sup>172</sup> Ibid.

<sup>173</sup> France Inter. (2024, 14 juin). *Pourquoi les miniatures des vidéos sont devenues le nerf de la guerre sur YouTube... et même sur Netflix*. Radiofrance. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/net-plus-ultra/net-plus-ultra-du-vendredi-14-juin-2024-702853> consulté le 19/07/2024

<sup>174</sup> Chandrashekar, A., Amat, F., Basilio, J., & Jebara, T. *Artwork personalization at Netflix*. Netflix Tech Blog. <https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76> consulté le 12/07/2024



En présentant des miniatures qui reflètent les intérêts et les préférences de l'utilisateur, Netflix se justifie de cette personnalisation avec un long billet Medium publié en 2017. Si l'illustration représentant un titre capture quelque chose de convaincant pour vous, alors elle agit comme une passerelle et vous donne des « preuves » visuelles de la raison pour laquelle le titre pourrait être bon pour vous<sup>175</sup>. Dans mon panel, 24,4% (**annexe 4, questionnaire 2.**) des amateurs et 35% des professionnels (**annexe 3, questionnaire 1**) considèrent que la miniature influence leurs choix de visionnage de contenus. On peut également constater que 32,3 % (**annexe 3, questionnaire 1**) et 37,8% (**annexe 4, questionnaire 2.**) estiment que la section « recommandé pour vous » joue, elle aussi, un rôle sur le choix de films. Malgré son atout pour la recommandation de films, son succès est en demi-teinte dans mon panel. Comme le soulignent les professionnels de mon panel, 45,8% n'apprécient pas les algorithmies (**annexe 3, questionnaire 1**) contre 28,9% pour les cinéphiles ordinaires (**annexe 4, questionnaire 2.**). Même si ces techniques visent à rendre la plateforme plus attrayante et à augmenter l'engagement, elles peuvent cependant engendrer des effets sur les consommateurs, tels que la création de bulles de filtrage<sup>176</sup>. Ce phénomène fait référence au fait que lorsqu'un algorithme est paramétré pour ne proposer que des résultats correspondant aux goûts connus d'un utilisateur, alors celui-ci ne sortira jamais des catégories connues<sup>177</sup>. De plus, selon la thèse de Julien Gaillard<sup>178</sup>, plus la machine apprend des données de son utilisateur plus elle oriente vers un spectre étroit de recommandations. Lorsque les utilisateurs se fient exclusivement aux programmes de recommandations pour choisir les films ou séries qu'ils vont regarder, ils comptent sur ces systèmes pour leur fournir des suggestions pertinentes.

Martin Gibert, chercheur en éthique de l'intelligence de l'Université de Montréal, offre une réponse mitigée concernant les bulles de filtres : « Pour un algorithme de recommandation de films, on a du mal à identifier quels sont les dangers éthiques derrière, ça ne me paraît pas problématique en soi. Peut-être que ça peut vous inciter à écouter toujours les mêmes choses mais bon, est-ce grave ?<sup>179</sup> »

---

<sup>175</sup> Ibid.

<sup>176</sup> France Culture. (2017, 14 décembre). *Algorithmes : comment sortir de sa "bulle culturelle"?* Radiofrance. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-billet-culturel/algorithmes-comment-sortir-de-sa-bulle-culturelle-7342064> consulté le 15/05/2024

<sup>177</sup> CNIL. . *Bulle de filtre*. <https://www.cnil.fr/fr/definition/bulle-de-filtre>

<sup>178</sup> Gaillard J., *Recommender Systems : Dynamic Adaptation and Argumentation*, thèse de doctorat, décembre 2014 et Gaillard J., El-Bèze M., Altman E. et Ethis E., *Adaptive models based on words in recommender systems*, Proceedings of the 2013 International Conference on Empirical Methods on Natural Language Processing EMNLP-CoNLL, Seattle, USA, 2013.

<sup>179</sup> CSA Sciences. (n.d.). *Comment Netflix choisit les séries que vous allez regarder ?*. CScience. <https://www.cscience.ca/comment-netflix-choisit-les-series-que-vous-allez-regarder/>

On se doit de soulever un problème lié à cette personnalisation, à savoir la tromperie. En 2018, Netflix est accusé de baser ses recommandations sur des profils ethniques. L'origine de cette accusation naît des personnes afro-américaines. Selon eux, l'algorithme met parfois en avant des personnages noirs dans les vignettes, même si leur rôle dans le film ou la série est minimale<sup>180</sup>. Cette stratégie peut créer une représentation trompeuse, puisque les utilisateurs se sentent manipulés en découvrant que les personnages mis en avant n'ont qu'une présence secondaire. Il en résulte que les utilisateurs se sentent traités différemment de par leur couleur de peau. On peut aussi observer une peur supplémentaire liée à l'utilisation des données. Même si Netflix ne demande pas d'informations concernant les ethnies<sup>181</sup>, même si les utilisateurs ne rentrent pas ce type d'informations, la perfection des algorithmes permet malgré tout de déterminer ce paramètre.

Un autre élément concernant les bulles de filtres peut sembler anodin car il ne concerne que les films et séries destinés à divertir. Néanmoins, nous pouvons constater que les films peuvent avoir un impact sur notre façon de voir les choses et changer certains comportements. On peut prendre par l'exemple la sortie du film « *Le monde de Nemo* » après laquelle l'achat de poisson-clown a été multiplié par 600<sup>182</sup>. On peut de surcroît mentionner plusieurs exemples tels que « *Les dents de la mer* ». Ce film a nettement fait grandir la peur que nous avons des requins en les faisant passer pour des êtres sanguinaires avides d'humains<sup>183</sup>. En réalité, les requins tuent en moyenne 10 personnes chaque année, contre 2 millions pour le moustique qui est perçu comme moins terrifiant<sup>184</sup>. De la même manière, selon une autre étude, dans les films, « 13% des personnages perçus comme noirs sont montrés dans des activités criminelles et 28% des personnages perçus comme musulmans sont montrés comme délinquants ou criminels<sup>185</sup> ». En suivant le procédé de l'algorithme, on proposera des films qui reprennent ce schéma en enfermant peut-être le consommateur dans cette idée. La bulle de filtre créée sur ce stéréotype est très présente sur les réseaux comme par exemple Twitter qui utilise également un système de recommandations basé sur le contenu<sup>186</sup>. La théorie que j'ai démontrée précédemment est

---

<sup>180</sup> The Guardian. (2018, 20 octobre). *Film fans see red over Netflix 'targeted' posters for black viewers*.

<https://www.theguardian.com/media/2018/oct/20/netflix-film-black-viewers-personalised-marketing-target>

<sup>181</sup> Le Monde. (2018, 25 octobre). *Netflix accusé de baser ses recommandations sur la couleur de peau de ses abonnés*.

[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/25/netflix-accuse-de-baser-ses-recommandations-sur-la-couleur-de-peau-de-ses-abonnes\\_5374460\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/25/netflix-accuse-de-baser-ses-recommandations-sur-la-couleur-de-peau-de-ses-abonnes_5374460_4408996.html)

<sup>182</sup> Hajdenberg, M. (2003, 27 novembre). « *Nemo* » inonde les aquariums de poissons-clowns. Libération. [https://www.liberation.fr/vous/2003/11/27/nemo-inonde-les-aquariums-de-poissons-clowns\\_453331/](https://www.liberation.fr/vous/2003/11/27/nemo-inonde-les-aquariums-de-poissons-clowns_453331/)

<sup>183</sup> HuffPost. (2022, 18 décembre). *Depuis « Les Dents de la mer », Spielberg a peur que les requins lui en veuillent*.

[https://www.huffingtonpost.fr/culture/article/depuis-les-dents-de-la-mer-spielberg-a-peur-que-les-requins-lui-en-veuillent\\_211694.html](https://www.huffingtonpost.fr/culture/article/depuis-les-dents-de-la-mer-spielberg-a-peur-que-les-requins-lui-en-veuillent_211694.html)

<sup>184</sup> Pourquoi ne devrions-nous pas avoir peur des requins ?, Laurie Henry, Trust my science, 12 juin 2022 <https://trustmyscience.com/pourquoi-ne-pas-avoir-peur-des-requins/>

<sup>185</sup> C.T. (2021, 8 décembre). *Diversité à l'écran : les personnages non-blancs minoritaires*. Le Progrès. <https://www.leprogres.fr/culture-loisirs/2021/12/08/diversite-a-l-ecran-les-personnages-non-blancs-minoritaires>

<sup>186</sup> France Info. *La bulle de filtres : comment les réseaux sociaux nous confortent dans "nos propres croyances et opinions"*. [https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-fil-des-reseaux/la-bulle-de-filtres-les-reseaux-sociaux-nous-confortent-dans-nos-propres-croyances-et-opinions\\_6260406.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-fil-des-reseaux/la-bulle-de-filtres-les-reseaux-sociaux-nous-confortent-dans-nos-propres-croyances-et-opinions_6260406.html)

appuyée par Eli Pariser, un activiste politique d'Internet : « La personnalisation de l'information sur Internet aurait un effet délétère pour les internautes : ils ne seraient plus confrontés à des informations susceptibles d'élargir leurs intérêts ou de remettre en question leurs croyances ou leurs opinions »<sup>187</sup>.

Comme vous l'aurez compris, il est évident que le moindre mouvement de notre consommation est étudié et sujet à une analyse. Cette recommandation purement numérique s'entremêle avec une habitude profondément ancrée dans le quotidien des réseaux sociaux. En effet, les internautes passant en moyenne 2,26 heures par jour sur ces plateformes, les algorithmes et les communautés en ligne se rencontrent et partagent leur avis.

## **B) La recommandation filmique dans notre quotidien**

### **- La cinéphilie 2.0, les influenceurs cinéma**

« N'en déplaise aux puristes pour qui le cinéma c'est aller au cinéma, la vidéo apparaît aujourd'hui comme la forme canonique de constitution et de transmission d'une culture cinématographique<sup>188</sup>. » Cette citation de Jean-Michel GUY, ingénieur de recherche au ministère de la culture et de la communication, me semble une base idéale pour justifier l'exploration de l'essor des Youtubeurs et des Tiktokers amateurs dans le domaine de la recommandation cinéophile car elle ne repose pas sur les mêmes critères qu'à l'écrit. En effet, on peut estimer que les vidéos sur le cinéma sont une version améliorée des critiques de films comparée à des articles présents sur un blog. Cette tendance s'inscrit dans ce que Laurence Allard appelle « l'individualisme expressif » propre au web 2.0.<sup>189</sup> Sur ces réseaux, les créateurs de contenu utilisent cette plateforme pour exprimer leurs opinions personnelles et leurs analyses de films, partageant ainsi leur passion avec une audience quantifiable. De par leur approche

---

<sup>187</sup> Eli. *Eli Pariser Nous Met En Garde Contre « Les Bulles de Filtres »*

En Ligne. [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?language=fr](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=fr). [↑]

<sup>188</sup> GUY Jean-Michel, « Introduction », dans : Jean-Michel Guy éd., *La culture cinématographique des Français*. Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2000, p. 17-35. DOI : 10.3917/deps.guy.2000.01.0017. URL : <https://www.cairn.info/la-culture-cinematographique-des-francais--9782110046208-page-17.htm>

<sup>189</sup> Allard, L. (2000). *Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma. Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 99

personnelle et hors des conventions, ces *influenceurs cinéma* répondent à une cible spécifique de cinéphiles. Comme l'a confirmé un professionnel que j'ai interrogé, il regardait ce type de critiques lorsqu'il était en formation, en quête d'une compréhension plus nuancée du cinéma. Depuis sa professionnalisation, il n'est plus intéressé (**annexe 6, entretien 2**). J'ai choisi de me pencher sur deux cas issus de Youtube, François Theurel, le créateur de la chaîne *le Fossoyeur de films* qui comptabilise aujourd'hui environ 795 000 abonnés. On pourrait le qualifier comme un amateur ayant un profil qui se rapproche de ce qu'on pourrait qualifier de professionnel car il dispose d'un socle universitaire solide lié au cinéma. En effet, il a suivi des études en sciences politiques et en sociologie en Avignon, avant de soutenir en décembre 2011<sup>190</sup> un doctorat à l'Université d'Avignon et des pays de Vaucluse dont le sujet était : « Le spectateur en mouvement, perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatorielles en milieu festivalier <sup>191</sup>».

A contrario de ses concurrents plus analytiques, François Theurel prend plus de recul et n'est pas à la recherche de plaire à l'algorithme de Youtube<sup>192</sup> sur ses critiques, contrairement à Durendal, personnage emblématique des youtubers cinéphiles. Dans une interview donnée pour Fréquence Ciné, il explique l'objectif de sa chaîne : « Le défi d'origine était de jouer sur plusieurs dynamiques, je voulais faire quelque chose de pédagogique et à la fois divertissant. Quelque chose à la fois pointu pour les gens qui s'y connaissent, mais pas complètement hermétique pour les gens qui débarquent. C'est impossible de faire la chronique parfaite, mais l'essentiel c'est que chaque personne, quel que soit son niveau de connaissances, puisse en tirer quelque chose !<sup>193</sup> »

Le 25 novembre 2018, François Theurel annonce la fin de l'histoire du Fossoyeur et se dirige vers des nouveaux concepts comme *Camera Obscura* et *Virées Ciné*. Il définit *Camera Obscura* comme une anti-chronique cinéma. « J'adore me taire, je ne suis pas du tout dans cette culture internet qui consiste à donner son avis sur tout et sur rien, surtout quand j'estime que je n'ai rien à dire. On est dans une culture de la sur-analyse. Avec internet, nous sommes tous devenus experts en décortilage. »<sup>194</sup> *Virées Ciné* est un concept où il se déplace sur les lieux

---

<sup>190</sup> François Theurel, Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Fran%C3%A7ois\\_Theurel](https://fr.wikipedia.org/wiki/Fran%C3%A7ois_Theurel)

<sup>191</sup>François Theurel Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatorielles en milieu festivalier <https://theses.hal.science/tel-00942685>

<sup>192</sup> Krief, A. (n.d.). Interview : François Theurel (Le Fossoyeur de Films) « Si le cinéma est partout, alors il n'est plus nulle part ». Grabuge. <https://www.grabugemag.com/interview-francois-theurel-le-fossoyeur-de-films-si-le-cinema-est-partout-alors-il-nest-plus-nulle-part/> consulté le 17/07/2024

<sup>193</sup> Glaud, P. (2016, 16 septembre). Entretien avec le Fossoyeur de films. Cinerama. <https://paulineglaud.wixsite.com/cinerama/single-post/2016/09/16/entretien-avec-le-fossoyeur-de-films> consulté le 17/07/2024

<sup>194</sup> Krief, A. op. cit.p73

de tournages pour comprendre la construction d'un film dans son espace<sup>195</sup>. Ce projet est financé grâce à un fonds d'aide du CNC<sup>196</sup> ouvert en 2017 : « Ce fonds d'aide du CNC est le premier totalement dédié à la jeune création numérique. Il est destiné à tous les vidéastes du web, vidéo créateurs, youtubeurs, motion makers, ». <sup>197</sup> annonce Frédérique Bredin, présidente du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

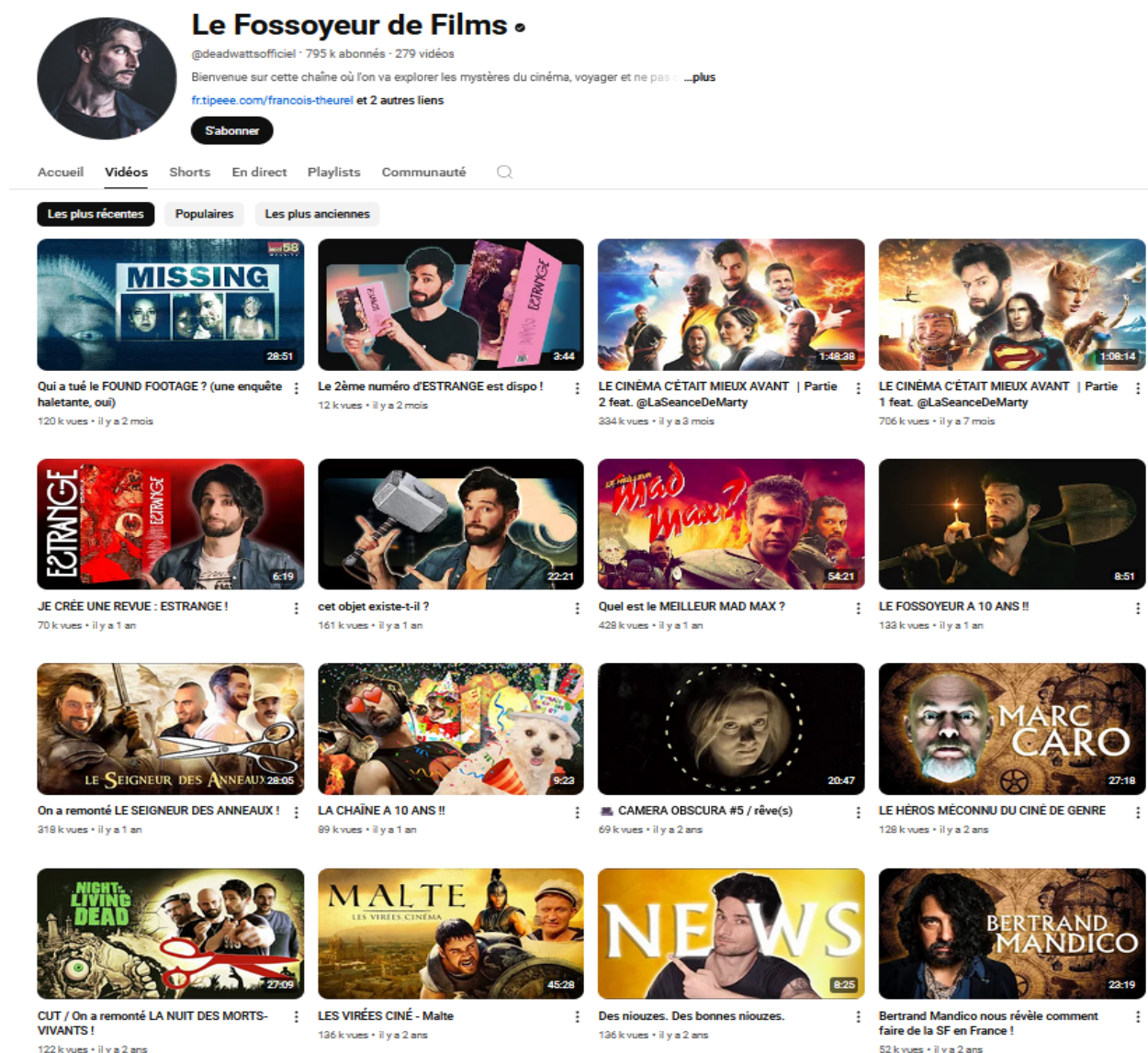


Figure 12 : Capture d'écran la page de chaîne Youtube du Foyosseur de Films<sup>198</sup>

<sup>195</sup> Ibid

<sup>196</sup> CNC (2020, 05 mars) *Les Virées Cinéma du Fossoyeur de Films*, CNC [https://www.cnc.fr/creatipaon-numerique/actualites/les-virees-cinema-du-fossoyeur-de-films\\_1135256](https://www.cnc.fr/creatipaon-numerique/actualites/les-virees-cinema-du-fossoyeur-de-films_1135256)

<sup>197</sup> CNC (2017) *Frédérique Bredin lance un nouveau fonds dédié à la jeune création numérique*, [https://www.cnc.fr/cinema/actualites/frederique-bredin-lance-un-nouveau-fonds-dedie-a-la-jeune-creation-numerique\\_141507](https://www.cnc.fr/cinema/actualites/frederique-bredin-lance-un-nouveau-fonds-dedie-a-la-jeune-creation-numerique_141507)

<sup>198</sup> Le Fossoyeur de Films. *Chaîne YouTube*. <https://www.youtube.com/@deadwattsofficiel>



Durendal à son opposé, est un personnage controversé, dont la mauvaise foi et l'irrespect est pointé du doigt et attire autant qu'il déteste. Il réalise des vidéos réactions à la suite de sorties de films et des top vidéo. Il met sa personnalité au centre de ces critiques avec par exemple une chronique avec un nom sans équivoque : « *Pourquoi j'ai raison et vous avez tort* ».

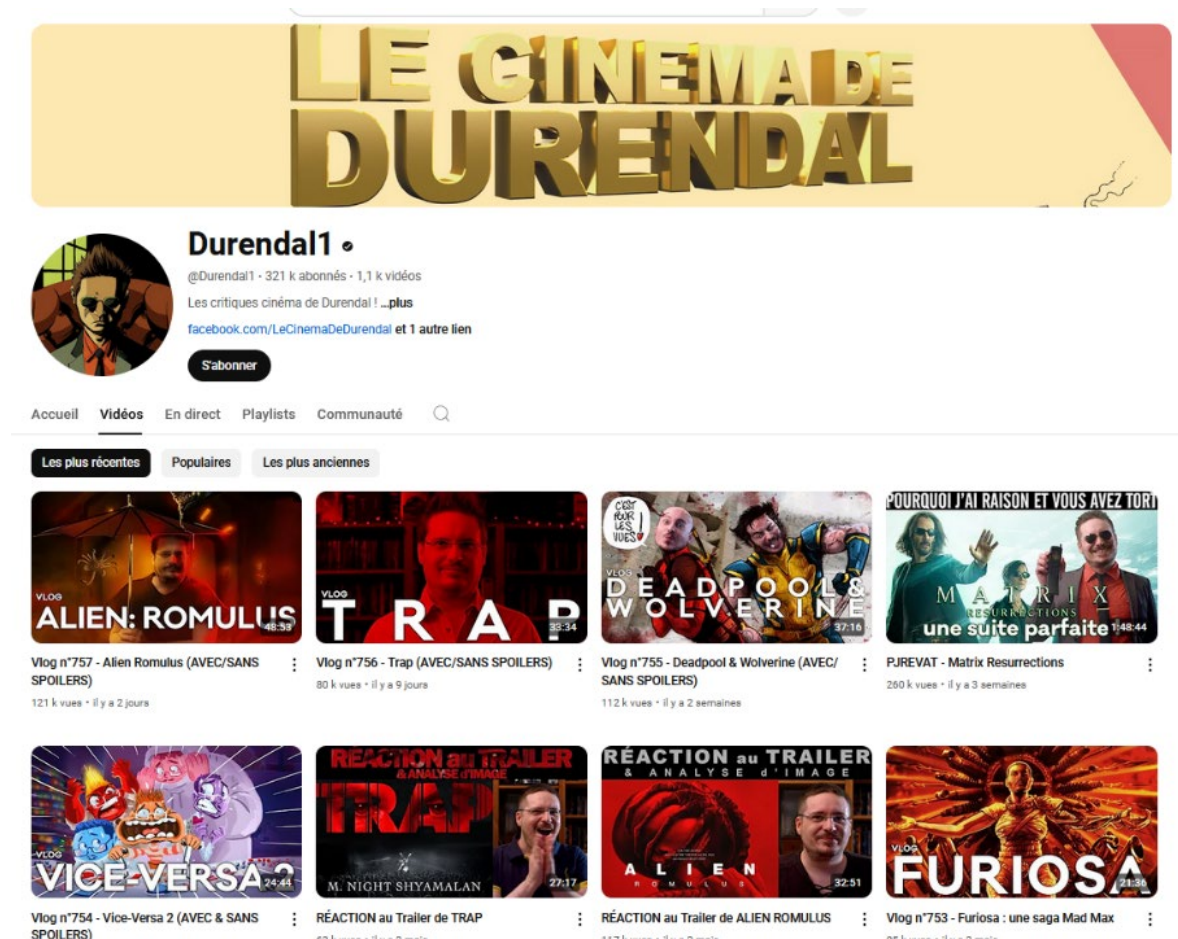


Figure 13 - Capture d'écran chaîne YouTube Durendal1<sup>199</sup>

Son personnage a connu quelques polémiques comme avec sa critique sur le film « *Adieu au langage* » de Godard<sup>200</sup>, où il qualifie le film de punition en raison de « *son niveau de branlette intellectuelle* », le réalisateur mériterait, à l'instar d'un canidé mourant, une « *injection létale* »<sup>201</sup>. Suite à cette critique, Raphaël Enthoven, dans son émission « le Gai

<sup>199</sup> Durendal1. Chaîne YouTube. <https://www.youtube.com/@Durendal1>

<sup>200</sup> Vodkaster. Durendal: un vidéaste controversé. Télérama. <https://vodkaster.telerama.fr/listes-de-films/durendal-un-vidéaste-controverse/1371081>

<sup>201</sup> Durendal1. (2016, 7 janvier). Vlog - Adieu au langage [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=u1GnoJCdbtw>

savoir» sur France Culture qualifie l'émission de Durendal de « bave de crapaud » parce qu'il « en appelle à l'euthanasie d'un homme », et reçoit à son tour une pluie de critiques et d'insultes émanant d'internautes anonymes. Une deuxième polémique s'ajoute avec sa critique concernant le film « *Silence* » de Martin Scorsese qui fut l'objet d'un long article sur Sens Critique et à qui il a donné une réponse en vidéo le 19 février 2017<sup>202</sup>. Fortement détesté sur ce site, il fait l'objet de différents articles tels que « Les bouffonneries de Durendal »<sup>203</sup> et différentes listes dénigrant ses goûts.

Depuis sa popularisation, Tiktok a également vu se développer en son sein la critique cinéphilie. Les Tiktokeurs représentent une nouvelle vague de créateurs de contenu, utilisant des formats courts et dynamiques pour captiver leur audience et offrir des analyses plus concises. En effet, la durée maximum d'une vidéo est de 10 minutes. TikTok, de par sa nature rapide et son puissant algorithme, permet aux critiques de cinéma de toucher un large public en peu de temps. Les hashtag #cinéma et #film comptabilisent respectivement 46 500 et 10,6 millions de publications. Ces créateurs exploitent la plateforme pour partager des critiques incisives, des recommandations de films, des analyses de scènes emblématiques et des anecdotes sur le cinéma. Leur style est souvent plus direct et visuel, s'adaptant aux préférences d'une audience plus jeune et friande de contenus rapides.

Le compte spécialiste du cinéma d'horreur « Ode à l'horreur » comptabilise 20 700 abonnés sur Instagram, 248 200 abonnés sur Tiktok et 8 millions de J'aime (**annexe 20**). Il aborde bien évidemment les films d'horreur non seulement au cinéma mais également sur les plateformes. Il les décortique et propose différents concepts comme des anecdotes de films ou l'explication de la fin des films. Par ailleurs, un deuxième compte « *Lala\_Cinéma* » avec environ 65 000 abonnés (**annexe 21**) propose des films à aller voir au cinéma, des tops de films, et lance des invitations aux différentes avant-première en lien avec Tiktok France. De leur côté, les agences marketing font de plus en plus appel à ce type d'influenceurs pour promouvoir un film en leur proposant des avant-première comme « *Lala Cinéma* », citée précédemment, avec le film *Le Comte de Monte-Cristo*<sup>204</sup> ou des partenariats pour mettre en avant un film. Il est bon de noter que ce réseau social est fortement lié au festival de Cannes : dans ce cadre, le concours TiktokShortFilm, qui existe depuis trois ans et qui consiste à réaliser des court-

---

<sup>202</sup> Durendal I. (2019, 22 février). *Reaction Shot #3 - Silence : Réponse à l'article SensCritique* [Vidéo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=lxU5jeYx0xk>

<sup>203</sup> SensCritique. *Les bouffonneries de Durendal*. [https://www.senscritique.com/liste/les\\_bouffonneries\\_de\\_durendal/944691](https://www.senscritique.com/liste/les_bouffonneries_de_durendal/944691)

<sup>204</sup> Lala Cinema. (2024, juin 6). *Avant première exceptionnelle du film #lecomtedemontecristo avec @TikTok France j'ai trop hate de vous parler de la soiree et surtout du film* Vidéo Tik Tok]. Tik Tok. [https://www.tiktok.com/@lala\\_cinema/video/7384448049302523168](https://www.tiktok.com/@lala_cinema/video/7384448049302523168)

métrages, a permis de lancer plusieurs carrières<sup>205</sup>. De plus, grâce à l’hashtag #OnRegardeQuoi, qui cumule plus de 300 millions de vues<sup>206</sup> en 2024, le festival de Cannes a été mis à l’honneur. Lala Cinéma a réalisé une vidéo avec cet hashtag et a obtenu 24 millions de vues. En outre, la dépendance des influenceurs cinéma à la rentabilité de leur chaîne est un enjeu majeur qui influence leur contenu. Les vidéos d’un influenceur cinéma doivent répondre à une tendance pour rester intéressantes et peuvent potentiellement les faire accepter de partenariats qui ne les intéressent pas vraiment.

Les éléments évoqués ci-dessus correspondent à un phénomène nommé « *le sacre de l’amateur* » suggéré dans le livre « *Etudier les usages cinéphiles d’internet* » de Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto. Ce phénomène souligne la confiance et la reconnaissance toujours plus importante accordées aux amateurs dans nos choix de films et dans la continuité du partage cinéphile. Ces personnes ne sont plus uniquement des consommateurs passifs mais des personnages influents dans la transmission de la culture cinéphile. Nous pouvons remarquer que les vidéastes contemporains touchent plus de personnes dans une vidéo, que « Les cahiers du cinéma ». Le fossé entre les méthodes de recherche traditionnelles et contemporaines se creuse. Ces nouveaux critiques 2.0 agissent en dehors des codes traditionnels, n’hésitent pas à utiliser des narrations qui leur sont propres et redéfinissent la manière dont le cinéma est exploré.

Des initiatives sur les réseaux sociaux, souvent imprévues, venant des réseaux sociaux sans partenariats, peuvent captiver une audience créant une excitation et un engouement spontanés pour les films. C’est le cas du film « le consentement ».

#### - **Une résonance imprévue auprès des jeunes : Le consentement**

Le 2 janvier 2020, Vanessa Springora sort son livre nommé « le consentement » paru chez Grasset. Elle y décrit l’emprise psychologique que l’écrivain Gabriel Matzneff, dans les années 80, a exercé sur elle alors qu’il avait 49 ans et qu’elle n’en avait que 13. Il ne s’est jamais caché de son attirance envers les très jeunes adolescents ou les enfants ; plusieurs

---

<sup>205</sup> La Dépêche. (2024, 21 février). *Festival de Cannes 2024 : la compétition TikTok Short Film est lancée.*

<https://www.ladepeche.fr/2024/02/21/festival-de-cannes-2024-la-competition-tiktok-short-film-est-lancee-11779180.php>

<sup>206</sup> Challenges (2024) *TikTok, partenaire controversé du Festival de Cannes*

[https://www.challenges.fr/entreprise/tech-numerique/tiktok-partenaire-controverse-du-festival-de-cannes\\_893994](https://www.challenges.fr/entreprise/tech-numerique/tiktok-partenaire-controverse-du-festival-de-cannes_893994)



ouvrages comme l'essai titré *Les Moins de seize ans* relatent ses aventures qu'il qualifie d'amoureuses avec des mineurs.

Le livre *Le consentement* a été un succès : il s'est vendu à 180 000 exemplaires et a été traduit dans près de 30 pays. Il a obtenu 3 récompenses, le Grand prix des lectrices d'Elle 2020 dans la catégorie Document, le Prix Jean Jacques Rousseau 2020 de l'autobiographie, le prix de l'Autrice de l'année 2020 des Trophées de l'édition (magazine *Livres Hebdo*). Le film portant le même titre est sorti sur écran en 2023 avec Jean Paul Rouve dans le rôle de Gabriel Matzneff. Malgré une première semaine en demi-teinte, il fera au total plus de 500 000 spectateurs au box-office.

Son thème a fait écho, chez un public auquel il n'était pas la cible première, les jeunes de moins de 25 ans. En effet, le livre de Vanessa Springora a été acheté par des personnes plus âgées. Selon le conseil national du livre, la lecture chez les jeunes est en forte baisse, ils y consacrent moins de temps au profit du temps passé devant les écrans. En moyenne, les 7-25 ans lisent 3h14 par semaine, mais passent 3h50 par jour devant un écran et 2h50 sur Internet. Cette arrivée en masse des jeunes a boosté l'audience avec une augmentation des spectateurs de 39% par rapport à la semaine précédente<sup>207</sup>. Ce chiffre est lié à une *trend*, c'est-à-dire une tendance, sur le réseau social chinois Tiktok. Elle consistait à se filmer avant et après la séance en utilisant comme fond sonore un extrait de la bande-annonce du film mais aussi à discuter et exprimer ses ressentis face à ce film : les vues des premières vidéos de cette *trend* ont été comprises entre 50 000 et plus d'un million (**annexe 22**). Cette *trend* s'est dirigée également vers d'autres formats de recommandations sur ce réseau social. Fin octobre, l'hashtag #consentement avait été utilisé près de 27 millions de fois en deux semaines. Cette tendance a amené des jeunes au cinéma<sup>208</sup>, surtout des jeunes filles<sup>209</sup>. Le réseau social Tik Tok France est en effet davantage investi par les jeunes femmes que leurs homologues masculins : en 2023, les femmes de 13 à 24 ans constituaient 51,3% de l'audience contre 23,6% d'hommes pour cette même tranche d'âge.

---

<sup>207</sup> BFM TV (2023) *Le film "Le Consentement" fait l'objet d'une étonnante tendance sur TikTok* [https://www.bfmtv.com/people/cinema/le-film-le-consentement-fait-l-objet-d-une-etonnante-tendance-sur-tik-tok\\_AN-202310260818.html](https://www.bfmtv.com/people/cinema/le-film-le-consentement-fait-l-objet-d-une-etonnante-tendance-sur-tik-tok_AN-202310260818.html)

<sup>208</sup> Bussigny, N. (2023, 3 novembre) *Comment TikTok fait du film « Le Consentement » un succès en salle* . [https://www.lepoint.fr/societe/comment-tiktok-fait-du-film-le-consentement-un-succes-en-salle-03-11-2023-2541811\\_23.php](https://www.lepoint.fr/societe/comment-tiktok-fait-du-film-le-consentement-un-succes-en-salle-03-11-2023-2541811_23.php) consulté le 15/07/2024

<sup>209</sup> Cinéman (2023, 4 décembre). *Kim Higelin sur «Le Consentement», «J'ai été absolument bouleversée par le courage de Vanessa Springora»*. Cinéman. <https://www.cineman.ch/fr/article/interview-kim-higelin-le-consentement-jai-ete-absolument-bouleversee-par-le-courage-de-vanessa-springora> consulté le 15/07/2024

Ce phénomène était totalement imprévu, la production du film ne s'attendait pas à ce que la génération Z s'empare de ce film. Le film parle d'un thème qui touche la jeune génération : l'inceste et les abus sexuels. Dans un contexte après les événements de MeToo<sup>210</sup>, les jeunes ont évolué avec des notions totalement à l'opposé de l'omerta et de banalisation des comportements abusifs. Les agissements de Matzneff autrefois tolérés sont aujourd'hui inadmissibles. Le célèbre passage de l'écrivain dans l'émission *Apostrophe*<sup>211</sup> où Bernard Pivot le décrit d'un ton taquin comme « un véritable professeur d'éducation sexuelle » qui est « spécialisé dans les lycéennes et les minettes » susciterait un boycott et un rejet profond de cette génération.

Plus récemment, la diffusion de l'émission de complément d'enquêtes sur Gérard Depardieu a choqué la jeune génération qui a majoritairement exprimé le souhait qu'il ne tourne plus de films tandis que les anciennes générations prennent ses propos sur le ton de l'humour et en minimisent la gravité. Il y a une dissonance générationnelle marquée : les jeunes reconnaissent la gravité de ce comportement quand les générations plus anciennes ont tendance à le minimiser (**annexe 23**). Les mots sont mis sur les agressions, les comportements des prédateurs. La montée du féminisme et la reconnaissance de la parole des victimes a eu un rôle majeur avec l'introduction de nouveaux concepts sociologiques comme la culture du viol utilisée pour qualifier un ensemble d'attitudes et de comportements partagés au sein d'une société donnée qui minimisent, normalisent voire encouragent le viol. Le titre du film « le consentement » est beaucoup utilisé. Le terme "consentement" revêt une importance particulière pour la jeune génération, qui doit consentir à divers aspects de leur vie numérique. Cela inclut le partage de leurs données personnelles sur les réseaux sociaux, où chaque publication ou interaction peut être exploitée par les plateformes à des fins commerciales ou analytiques. Ils doivent également consentir aux conditions d'utilisation des différentes applications et services en ligne, souvent en renonçant à une partie de leur vie privée.

Pour toutes les raisons évoquées précédemment, les jeunes veulent agir face à ces violences et pour ce faire, il faut en comprendre les mécaniques. L'actrice principale Kim Higelin qui donne ses traits à Vanessa Springora le dit elle-même lors d'une interview : « J'espère que le film pourra peut-être aider certaines personnes à prendre conscience qu'elles

---

<sup>210</sup> MeToo est un mouvement social encourageant la prise de parole des femmes, dans le but de faire savoir que le viol et les agressions sexuelles sont plus courants que ce qui est souvent supposé, et de permettre aux victimes de s'exprimer sur le sujet

<sup>211</sup> Le HuffPost. (2024, 6 mai). *Bernard Pivot n'avait pas su manier les bons mots face à Gabriel Matzneff dans « Apostrophes »*. [https://www.huffingtonpost.fr/divertissement/article/bernard-pivot-n-avait-pas-su-manier-les-bons-mots-face-a-gabriel-matzneff-dans-apostrophes\\_233607.html](https://www.huffingtonpost.fr/divertissement/article/bernard-pivot-n-avait-pas-su-manier-les-bons-mots-face-a-gabriel-matzneff-dans-apostrophes_233607.html)

sont sous emprise et à s'en sortir.» Dans les nombreux commentaires, on peut voir que certains et certaines s'identifient à cette emprise, pas forcément dans le cas de pédophilie comme dans le film, mais par exemple dans le cadre de relations abusives entre adultes (**annexe 24**). Ces analyses ouvrent d'autres clés de lecture du film, élargissent sa résonance et poussent les jeunes à acheter leur billet. L'utilisation du son de la bande d'annonce du film est également un moyen de dénoncer des agressions vécues. Ce film a aidé les jeunes à prendre la parole pour exprimer leur blessure.

Ce n'est pas la célébrité de Matzneff qui a attiré les commentaires puisqu'on peut observer que beaucoup ne le connaissent pas et que d'autres ne savait pas que l'histoire était tirée d'un livre autobiographique. Dans une autre interview sur Quotidien, Kim Higelin raconte ses échanges avec les jeunes qui ont vu le film, ils lui disent quasiment tous la chose suivante : « Maintenant on est armé ! » On se rend compte également que ce film a rouvert des blessures secrètes et profondes chez les jeunes filles concernées par ce vécu inqualifiable. Elles peuvent désormais échanger avec d'autres, sans cette peur de « se sentir sale » Pour d'autres, comme le soulignent certains de leurs commentaires, il en ressort un malaise difficile à supporter. D'ailleurs, certaines n'ont pu se résoudre à aller voir le film.

# Conclusion

Ce mémoire avait pour ambition d'analyser l'évolution des pratiques des spectateurs de cinéma avec l'arrivée et l'essor du numérique.

Pour comprendre la cinéphilie d'aujourd'hui, il a d'abord été indispensable de revenir aux origines du cinéma et d'examiner les évolutions majeures qui l'ont façonné au fil du temps. Dans un premier temps, nous avons examiné les mutations de la cinéphilie depuis ses débuts dans les années 1910. A cette époque, la cinéphilie était principalement le domaine de personnes qualifiées de « savantes » et issues de la bourgeoisie. Cependant, elle s'est considérablement développée et démocratisée. D'une culture de niche discutée par des érudits, le cinéma a peu à peu pris une place d'importance au cœur d'une culture commune. Pourtant, son existence ne fut pas un long fleuve tranquille : il a dû faire face à différentes crises liées aux avancées technologiques au cours de son histoire. L'émergence de nouvelles technologies comme la télévision dans les années 1950 et le lecteur DVD dans les années 2000 a certes représenté de premiers défis et une première concurrence aux projections en salle mais a également joué un rôle crucial en favorisant une culture cinématographique plus diversifiée et en permettant à la cinéphilie de se répandre au-delà de la salle de cinéma.

L'arrivée du numérique dans notre quotidien représente le nouveau défi majeur pour le monde du cinéma. L'usage des plateformes, concurrentes des salles obscures, mettraient-elles en danger le monde du cinéma ? Autrefois uniquement réservés à la salle, les films sont désormais visionnables sur des supports multiples, l'expérience cinématographique est en mouvement. Les plateformes de streaming, telles que Netflix, Amazon Prime Video, et Disney+, ont révolutionné leur accès en permettant une disponibilité instantanée et quasi illimitée au cœur de la logique ATAWAD, d'un vaste catalogue de contenus à un prix plus avantageux qu'une place de cinéma dans un contexte où les difficultés financières des Français sont en hausse. Ce phénomène d'hyper accessibilité a offert aux spectateurs une flexibilité sans précédent. Très utilisé pendant la crise de la COVID, ce mode de consommation ainsi que la nouvelle chronologie des médias qui a raccourci les délais d'attente entre la sortie d'un film en salle et sa diffusion sur les plateformes, ont de plus en plus souvent poussé les spectateurs à délaisser les salles pour attendre la sortie sur les sites de streaming. De nouvelles exigences liées à la concurrence de ces plateformes ont émergé pour les spectateurs, tant pour les

cinéphiles dits « ordinaires » que les cinéphiles « savants », qui veulent désormais être assurés de la rentabilité de leur billet et se déplacent donc moins en salle. Ces nouveaux modes de consommation ne mettent pas à mal les distributeurs, ni les sociétés de production car même si leur but est de maximiser les ventes en salles, des négociations financières sont établies en amont pour assurer la rentabilité. Les salles de cinéma sont les principales touchées par ces baisses de fréquentation.

La curiosité des spectateurs est cependant restée intacte et de nouveaux rituels de cinéphilie dits « post-modernes » ou 2.0 sont apparues. La séance de cinéma est ainsi devenue une expérience de plus en plus sacralisée et ritualisée avec l'ajout d'une virée au restaurant avant ou après le film. Que ce soit en couple, entre amis ou seul, chaque spectateur a défini ses propres rituels de cinéma qui commencent avant même l'entrée en salle. A l'importance de ces rituels, s'ajoute une série d'attentes quant à la qualité de la technologie et du son en salle pour optimiser l'immersion. Les nouvelles attentes créées chez les spectateurs poussent les salles de cinéma à se réinventer chaque jour et ainsi à proposer de nouvelles expériences de plus en plus immersives pour séduire ce public aux attentes grandissantes. En effet, dans sa course à la technologie, le cinéma déploie des salles premium afin de distancer l'expérience de salon. La salle a désormais pour objectif de rendre l'expérience unique avec par exemple des rencontres avec les réalisateurs et acteurs. Ces moyens mis en place ont pour but de légitimer la sortie cinéma et d'apporter une valeur sociale et culturelle afin de concurrencer le cinéma de salon. La salle reste aujourd'hui dans le cœur des Français.

A contrario, le déplacement du film sur un écran personnel à domicile transforme le spectateur en consommateur de contenus. D'œuvre d'art, le film est considéré comme un objet de consommation et de divertissement. L'hyper connexion à internet favorise ce développement. Effectivement, les consommateurs deviennent maîtres de leur consommation et choisissent de préférence un écran de diffusion large, afin d'améliorer leur expérience du cinéma à domicile. Par ailleurs, le reVISIONNAGE est une autre manière pour le cinéophile de contrôler sa pratique. Il peut revoir ses œuvres favorites autant de fois qu'il le souhaite, découvrir de nouveaux détails ou apprécier davantage certaines scènes. En somme, à domicile, le spectateur devient le véritable architecte de son expérience cinématographique, sans dépendre des contraintes du visionnage en salle. En effet, les plateformes permettent aux spectateurs de découvrir et regarder des films en dépit du manque de temps qui les éloigne des

salles. Elles sont également utiles pour rattraper « un acte manqué ». Ces différents modes de diffusion, en salle ou à la maison, se complètent plus qu'ils ne s'opposent.

Par ailleurs, le numérique n'interroge pas seulement les modalités de visionnage de films en réajustant notre rapport à la salle de cinéma mais va jusqu'à influencer le choix des films que nous regardons, à travers l'essor des critiques en ligne, les recommandations des plateformes de streaming, et les discussions sur les réseaux sociaux. Ces outils offrent de nouvelles façons de découvrir et d'évaluer les films, favorisant une approche plus interactive et communautaire de la cinéphilie. La frontière entre l'amateur et le professionnel s'estompe, notamment dans la construction des commentaires amateurs qui tendent de plus en plus à ressembler aux propos des professionnels. Toutefois, la saturation de l'offre et la fragmentation du marché peuvent parfois compliquer la découverte de nouveaux films et la navigation dans les vastes catalogues disponibles. De plus, le choix du spectateur sur les sites de recommandation est parfois orienté par des intérêts commerciaux, par exemple quand IMDb met en avant les films du catalogue d'Amazon Prime avec qui il a un partenariat. Sur les plateformes de streaming également, le choix du spectateur est fortement influencé par les algorithmes de recommandation, qui favorisent les contenus similaires aux habitudes de visionnage des utilisateurs. Sur Netflix, par exemple, les miniatures correspondant à nos goûts limitent ainsi la diversité des œuvres à découvrir et enferment le spectateur dans une bulle de contenus prédictibles, réduisant ainsi la véritable liberté de choix.

Dans un autre ordre d'idée, les influenceurs cinéphiles présents sur les réseaux sociaux TikTok ou Youtube n'hésitent pas à faire évoluer les discours traditionnels de la critique cinématographique et à en interroger les normes. Contrairement aux critiques professionnels souvent liés à des attentes institutionnelles, ces influenceurs se permettent une plus grande liberté d'expression. Ils remettent en question les jugements établis, défendent des œuvres parfois marginales ou controversées, et n'ont pas peur de proposer des analyses critiques en rupture avec les tendances dominantes. Par conséquent, leur approche plus directe et subjective leur permet de bouleverser les codes traditionnels et d'ouvrir de nouvelles perspectives dans la critique cinématographique. Ces personnalités sont reconnues et appréciées par les amateurs et les agences de marketing. C'est pourquoi ils sont utilisés pour réaliser des promotions de films et favorisent la sacralisation de l'amateur. De plus, les réseaux sociaux sont une aide que les professionnels ne doivent pas négliger du fait de leur plus grand impact auprès de la population

et du fait qu'ils poussent des personnes à aller au cinéma alors qu'il n'était pas la cible initialement prévue.

Le numérique a indéniablement enrichi notre manière de consommer les films. S'il a introduit des défis liés à la diversité et à l'équité dans l'accès au contenu, il offre également des opportunités accrues de personnalisation et d'accès, tant pour le spectateur érudit que pour le spectateur amateur, dont les profils tendent à se rapprocher avec l'émergence des critiques amateurs de plus en plus poussées. L'avenir de la consommation cinématographique dépendra de notre capacité à nous adapter à ces transformations et à trouver l'équilibre adéquat entre innovation technologique et préservation de la diversité culturelle. Il est crucial de continuer à examiner ces dynamiques pour assurer une expérience cinéphilique enrichissante et équitable à l'ère numérique.

# Bibliographie

## *Le cinéma :*

### **Ouvrages**

Creton L., *L'économie du cinéma en 50 fiches*, Armand Colin, 2008 (2<sup>e</sup> édition), Paris, p. 45

André Gaudreault, A., & Marion, P. *La fin du cinéma ? - 2e édition revue et augmentée : La résilience du cinéma à l'ère du numérique*. Éditions Armand Colin 2023 432 pages

### **Articles de revues**

AKOUN André, « – 3 – *Le cinéma* », dans *Sociologie des communications de masse*. Vanves, Hachette Education, Les Fondamentaux, 1997, p.37-44.

URL : [https://shs.cairn.info/article/HACHE\\_AKOUN\\_1997\\_01\\_0037?lang=fr](https://shs.cairn.info/article/HACHE_AKOUN_1997_01_0037?lang=fr)

CHANTEPIE Philippe, PARIS Thomas, « Numérique et cinéma. Nouvelle chronobiologie des médias, nouvel écosystème », *Réseaux*, 2019/5 (n° 217), p. 17-45. DOI : 10.3917/res.217.0017.

URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-5-page-17.htm>

« L'histoire du cinéma à l'heure du numérique », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* [En ligne], 75 |2015, mis en ligne le 28 octobre 2015, consulté le 09 juin 2024. URL : <http://journals.openedition.org/1895/4950> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/1895.4950>

## *La cinéphilie :*

### **Ouvrages**

ALLARD Laurence *Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma Réseaux*. Communication - Technologie - Société Année 2000 99 pp. 131-168 Fait partie d'un numéro thématique : Cinéma et réception

DE BAECQUE Antoine. *La cinéphilie invention d'un regard, histoire d'une culture 1944-1968*, Paris : Hachette Pluriel, 2003 404 pages

LAURENT Jullier, Laurent, et LEVRATTO Jean-Marc *Cinéphiles et cinéphilies. Une histoire de la qualité cinématographique*. Armand Colin, 2010 224 pages

## *Les comportements sociaux*

### **Ouvrages**

ANDERSON, Chris, *La longue traine*. Paris : Pearson Education France, 2009

ETHIS, Emmanuel. *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Armand Colin, 2018 216 pages



LIPOVETSKY, Gilles, et SERROY Jean. *L'Écran global. Du cinéma au smartphone*. Le Seuil, 2011 384 pages

POIRIER Nicolas, *Le spectateur de cinéma*, 2016

### *Articles de revue*

FOREST Claude, « *Qui s'assoit où ?* », *Conserveries mémorielles* [En ligne], # 12 | 2012, mis en ligne le 05 avril 2012, consulté le 12 août 2024.

URL : <http://journals.openedition.org/cm/1070>

VINCENT Lambert, « *Christian Ruby, Devenir spectateur ? Invention et mutation du public culturel* », *Questions de communication* [En ligne], 33 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 05 mai 2024.

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12809> ;

DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.12809>

### *Thèse :*

BOURGATTE Michael. *Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma Art et Essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur*. Sciences de l'Homme et Société. Université d'Avignon, 2008. <https://theses.hal.science/tel-00369730>

## *La critique de cinéma*

### *Ouvrages*

JULLIER Laurent, *Qu'est-ce qu'un bon film ?* 2002, 151 p.

### *Articles de revues*

BEAUDOUIN Valérie et PASQUIER Dominique, « *Les formes de l'exercice critique* », *RESET* [En ligne], 5 | 2016, mis en ligne le 30 juin 2016, consulté le 21 août 2024.

URL : <http://journals.openedition.org/reset/684> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/reset.684>

### *Thèse :*

YOCCOZ Marion *Les amateurs de cinéma sur le réseau Internet : peut-on parler d'une nouvelle forme de cinéphilie ? Le cas des forums de discussion*. Sciences de l'information et de la communication. 2011 <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00683597/document>

## ***La télévision***

### **Ouvrages**

P. Benoist, *Télévision, un monde qui s'ouvre*, Paris, 1953

GAILLARD Isabelle, « Télévision et chronologies », *Hypothèses*, 2004/

URL: <https://www.cairn.info/revue-hypotheses-2004-1-page-171.htm>

La télévision – Histoire d'un objet de consommation 1945-1985, Isabelle Gaillard, <https://clio-cr.clionautes.org/la-television-histoire-dun-objet-de-consommation.html>

Maresca, Bruno, et al. « Dépenses culture-médias des ménages en France au milieu des années 2000 : une transformation structurelle ». *Dépenses culture-médias des ménages en France au milieu des années 2000 : une transformation structurelle*, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2011, <https://books.openedition.org/deps/198>.

Jacques AUMONT, Alain Bergala, Michel Marie, Marc Vernet, *Esthétique du film* éditions Armand Colin, 2016 (4<sup>e</sup> édition)

POIRIER Nicolas, LEDOUX Aurélie « *Le spectateur de cinéma : public, foule, masse ?* »,

### ***Articles de revues***

BERNARDI, Sandro. *Le Regard esthétique, ou la Visibilité selon Kubrick*. Traduit par Laure Raffaeli-Fournier, Presses universitaires de Vincennes, 1994

<https://books.openedition.org/puv/1506>

FERRETTE Jean, « Laurent Jullier, *Qu'est-ce qu'un bon film ?* », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 10 décembre 2012, consulté le 22 mai 2024. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/10112> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lectures.1011>

ROGER Odin. *Le spectateur de cinéma : approche sémio-pragmatique*. In: Communication. Information Médias Théories, volume 13 n°2, automne 1992. Spectateurs. pp. 38-58;

DOI : <https://doi.org/10.3406/comin.1992.1593>

[https://www.persee.fr/doc/comin\\_1189-3788\\_1992\\_num\\_13\\_2\\_1593](https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1992_num_13_2_1593)

## ***Plateforme de vidéo à la demande***

### ***Ouvrages***

COUSIN Capucine, *Netflix & Cie : Les coulisses d'une (r)évolution*, Malakoff, Armand Colin, 2018.

THUILLAS Olivier, WIART Louis, « Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2019/1 (N° 20/1), p. 39-55. DOI :

10.3917/enic.026.0039. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2019-1-page-39.html>

BAROMÈTRE DU NUMÉRIQUE édition 2022 Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française. L'enquête s'est déroulée entre le 15 juin et le 15 juillet 2022 auprès de 4 184 personnes

[https://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/rapport-barometre-numerique-edition-2022-Rapport.pdf](https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-barometre-numerique-edition-2022-Rapport.pdf)

DRUMOND Gabrielle Silva Mota, COUTANT Alexandre, MILLERAND Florence, « La production de l'utilisateur par les algorithmes de Netflix », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2018/2 (N° 19/2), p. 29-44. DOI : 10.3917/enic.025.0029. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2018-2-page-29.htm>

France Culture. (2017, 14 décembre). *Algorithmes : comment sortir de sa "bulle culturelle"?* Radiofrance. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-billet-culturel/algorithmes-comment-sortir-de-sa-bulle-culturelle-7342064>

• CNIL. (n.d.). *Bulle de filtre*. <https://www.cnil.fr/fr/definition/bulle-de-filtre>

**Laurent Kasprowicz**, « Laurent Jullier, *Qu'est-ce qu'un bon film ?* », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 23 mai 2012, consulté le 13 août 2024. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5714> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5714>

# Sitographie

Fréquentation en baisse, concurrence des plates-formes... Le cinéma est-il trop cher ? Le parisien, 2 octobre 2022

<https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/cinema/frequentation-en-baisse-concurrence-des-plates-formes-le-cinema-est-il-trop-cher-02-10-2022-JO6D4EOACZEJBEBFLDIZQE367E.php>

Les cartes d'abonnement illimité au cinéma, CNC, Décembre 2001

<https://www.cnc.fr/documents/36995/155555/les+cartes+d%27abonnement+illimit%C3%A9+au+cin%C3%A9ma.pdf/65540cf5-2dbf-d1be-3e8a-fdd7e15b5845?t=1532440988611>

La sortie d'au moins 100 films reportée : vers un embouteillage géant après le confinement, Le parisien, Renaud Baronian, 31 mars 2020 <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/cinema/la-sortie-d-au-moins-100-films-reportee-vers-un-embouteillage-geant-apres-le-confinement-31-03-2020-8291445.php>

**Sciences Po.** (2022, 25 mars). *Olivier Nakache sur le cinéma et le pouvoir du collectif.* <https://www.sciencespo.fr/fr/actualites/olivier-nakache-sur-le-cinema-et-le-pouvoir-du-collectif/>

DVD – Wikipédia <https://fr.wikipedia.org/wiki/DVD>

**CCI Les Cahiers du Crocis.** (2020, juillet). *Les cinémas franciliens dans l'attente d'une reprise incertaine* (No 42). CCI. <https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/crocis/services/cinemas-franciliens>

Destruction créatrice, Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Destruction\\_cr%C3%A9atrice](https://fr.wikipedia.org/wiki/Destruction_cr%C3%A9atrice)

Vidéo à la demande - Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o\\_%C3%A0\\_la\\_demande](https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o_%C3%A0_la_demande)

Économie.gouv. (2019, 23 mai). *Plan France Très Haut Débit : garantir l'accès de tous à un internet performant.*

<https://www.economie.gouv.fr/plan-france-tres-haut-debit-garantir-acces-internet-performant>

Netflix. *Comment obtenir la meilleure qualité vidéo.* Netflix. <https://help.netflix.com/fr/node/13444>

Observatoire des marchés des communications électroniques en France

Marché des communications électroniques en France - Année 2022 - Résultats définitifs

<https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffrees/observatoire-des-marches-des-communications-electroniques-en-france/marche-communications-electroniques-france-2022-resultats-definitifs.html>

Coronavirus : vers un embouteillage dans les salles de cinéma ? RTL, 31/03/2021

<https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/coronavirus-vers-un-embouteillage-dans-les-salles-de-cinema-7900014625>

Faute de moyens, un Français sur deux se prive de produits d'hygiène, Marianne Lecach, le JDD 28/02/2024

<https://www.lejdd.fr/economie/faute-de-moyens-un-francais-sur-deux-se-prive-de-produits-dhygiene-142517>

CNC (2022, 25 mai) Pourquoi les français vont moins souvent au cinéma ? [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema\\_169348](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/etude---pourquoi-les-francais-vont-ils-moins-souvent-au-cinema_169348)

Netflix et le culte du big data : la traque des habitudes du téléspectateur, Publié le : 21/05/2014, France 24

<https://www.france24.com/fr/20140521-netflix-france-big-data-house-cards-television-algorithme-recommandation-internet-svod>

Sur Netflix, trop de choix tue le choix par David-Julien Rahmil, 12 mars 2019, l'ADN

<https://www.ladn.eu/media-mutants/netflix-algorithme-indecision-fobo/>

Les Français orchestrent avec maîtrise leurs pratiques des médias et des loisirs numériques

<https://www.mediametrie.fr/fr/les-francais-orchestrent-avec-maitrise-leurs-pratiques-des-medias-et-des-loisirs-numeriques>

Frédéric Gimello-Mesplomb. La politique publique du cinéma en France. Philippe Poirrier (dir.). Art et pouvoir de 1848 à nos jours, Canopé - CNDP (Centre national de documentation pédagogique), pp.60-63, 2006, 978-2-240-02558-6. halshs-01941632

La technologie 4DX, l'avenir pour les salles de cinéma ?, INSIGHT NPA, Gilles Pezet, 29/06/2017

<https://insight.npaconseil.com/techno-equipements/la-technologie-4dx-lavenir-pour-les-salles-de-cinema/>

HILLAIRE Olivier, S'y retrouver dans les solutions de cinéma premium, Mediakwest, 24/08/2017,

<http://www.mediakwest.com/homepage/item/s-y-retrouver-dans-les-solutions-de-cinema-premium.html>

AFCAE Depuis 1955..., <https://www.art-et-essai.org/162/depus-1955>

Sociologie du cinéma – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Sociologie\\_du\\_cin%C3%A9ma](https://fr.wikipedia.org/wiki/Sociologie_du_cin%C3%A9ma)

Cinéma – Wikipédia <https://fr.wikipedia.org/wiki/Cin%C3%A9ma>

Critique de cinéma – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Critique\\_de\\_cin%C3%A9ma](https://fr.wikipedia.org/wiki/Critique_de_cin%C3%A9ma)

Chronologie des médias – Wikipédia [https://fr.wikipedia.org/wiki/Chronologie\\_des\\_m%C3%A9dias](https://fr.wikipedia.org/wiki/Chronologie_des_m%C3%A9dias)

Cannes : tout comprendre de l'affaire Netflix - Le Figaro

<https://www.lefigaro.fr/festival-de-cannes/2017/05/17/03011-20170517ARTFIG00007-cannes-tout-comprendre-de-l-affaire-netflix.php>

Bilan 2023 - CNC

[https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667\\_CNC\\_Bilan-2023\\_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280n](https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/3667_CNC_Bilan-2023_global.pdf/97d8cdf9-a520-53d1-eeb1-b00830a76c35?t=1715777282280n)

Observatoire de la vidéo à la demande (janvier 2024) - CNC

[https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande-janvier-2024\\_2109841](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande-janvier-2024_2109841)

Vivien Soldé, « Les mouvements ciné-clubs en France », Encyclopédie d'histoire numérique de l'Europe [en ligne], ISSN 2677-6588, mis en ligne le 08/06/21 , consulté le 01/07/2024. Permalien :

<https://ehne.fr/fr/node/21586>

CNC, Le public du cinéma en 2023,

[https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2023\\_2218927](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2023_2218927)

Le film "Pinocchio" de Mateo Garrone, symbole de la crise du cinéma, La nouvelle république, 10/05/2020

<https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/le-film-pinocchio-de-mateo-garrone-symbole-de-la-crise-du-cinema>

## **Table des annexes**

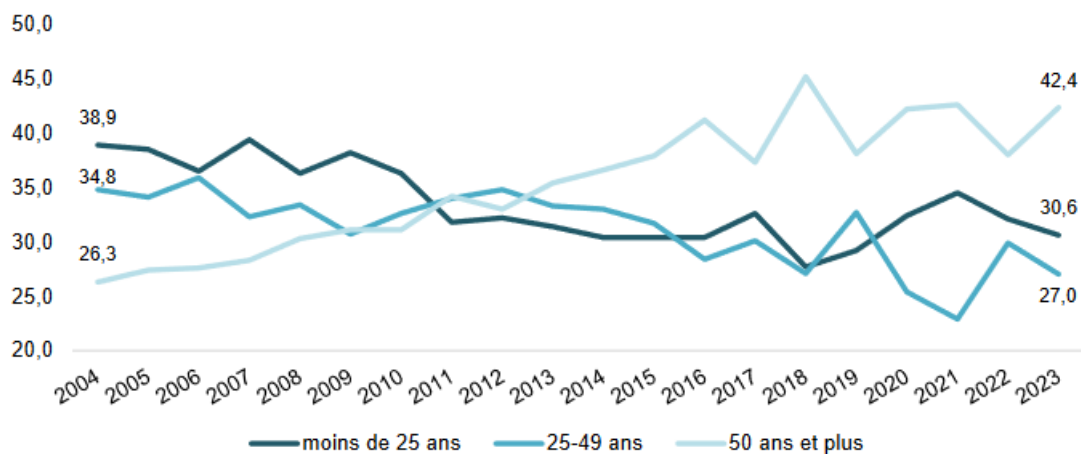
<b>ANNEXE 1 - EVOLUTION DE LA STRUCTURE DES ENTREES SUR 20 ANS (%) SUR LA POPULATION AGEE DE 6 ANS ET PLUS .....</b>	<b>101</b>
<b>ANNEXE 2 - EVOLUTION DU NOMBRE DE COMPTE DE REDEVANCE ET DE LA FREQUENTIONS EN SALLE .....</b>	<b>102</b>
<b>ANNEXE 3 - QUESTIONNAIRE 1 - CINEPHILE PROFESSIONNEL..</b>	<b>103</b>
<b>ANNEXE 4 - QUESTIONNAIRE 2 – CINEPHILE AMATEUR.....</b>	<b>125</b>
<b>ANNEXE 5 - ENTRETIEN 1 - ENTRETIEN ASSISTANTE MARKETING PATHE.....</b>	<b>157</b>
<b>ANNEXE 6 - ENTRETIEN 2 - NICOLAS, REALISATEUR .....</b>	<b>172</b>
<b>ANNEXE 7 - ENTRETIEN 3 - LEA CINEPHILE AMATEURE .....</b>	<b>180</b>
<b>ANNEXE 8 - ENTRETIEN 4 MAXIME CINEPHILE AMATEUR.....</b>	<b>182</b>
<b>ANNEXE 9 - EVOLUTION TARIFAIRE DES OFFRES DE STREAMING .....</b>	<b>187</b>
<b>ANNEXE 10 – LA CHRONOLOGIE DES MEDIAS .....</b>	<b>188</b>
<b>ANNEXE 11 – LA DIFFERENCE DES NOTES ENTRE LES AVIS PROFESSIONNELS ET SPECTATEURS D’ALLOCINE.....</b>	<b>189</b>
<b>ANNEXE 12 - AVIS SPECTATEURS D’ALLOCINE .....</b>	<b>190</b>
<b>ANNEXE 13 - AVIS PROFESSIONNELS TROUVE SUR ALLOCINE.</b>	<b>194</b>
<b>ANNEXE 14 - AVIS SPECTATEURS DU FILM A BOUT DE SOUFFLE DE GODARD JEAN-LUC CLASSE ART ET ESSAI DANS LA CATEGORIE PATRIMOINE ET REPERTOIRE .....</b>	<b>197</b>
<b>ANNEXE 15 - CAHIERS DU CINEMA, LE CONSEIL DES 10.....</b>	<b>199</b>
<b>ANNEXE 16 – DIFFERENCES DE PLATEFORMES RECOMMANDEES POUR LE FILM TITANIC SELON LE SITE IMDB ET ALLOCINE....</b>	<b>200</b>
<b>ANNEXE 17 : LES FILMS PRESENT SUR D’AUTRE PLATEFORME DONT LES SERVICES D’AMAZON .....</b>	<b>201</b>
<b>ANNEXE 18 – FILMS DISPONIBLE SUR D’AUTRES PLATEFORMES MAIS PAS INDIQUE SUR IMDB .....</b>	<b>203</b>

<b>ANNEXE 19 – PAGE D’ACCUEIL DE NETFLIX.....</b>	<b>204</b>
<b>ANNEXE 20 – COMPTE TIKTOK @ODEHORREUR.....</b>	<b>205</b>
<b>ANNEXE 21 – COMPTE TIKTOK @LALA_CINEMA .....</b>	<b>206</b>
<b>ANNEXE 22 EXEMPLES DE VIDEOS SUR LA PLATEFORME TIKTOK PARLANT DU FILM « LE CONSENTEMENT » .....</b>	<b>207</b>
<b>ANNEXE 23 : EXEMPLES DE COMMENTAIRES INDIQUANT L’IMPORTANCE DE CE FILM.....</b>	<b>208</b>
<b>ANNEXE 24 – EXEMPLE D’IDENTIFICATION DES SITUATIONS D’EMPRISES ET ABUSIVES GRACE AUX FILMS.....</b>	<b>211</b>



## ***Annexe 1 : Evolution de la structure des entrées sur 20 ans (%) sur la population âgée de 6 ans et plus***

**Evolution de la structure des entrées sur 20 ans (%) sur la population âgée de 6 ans et plus**

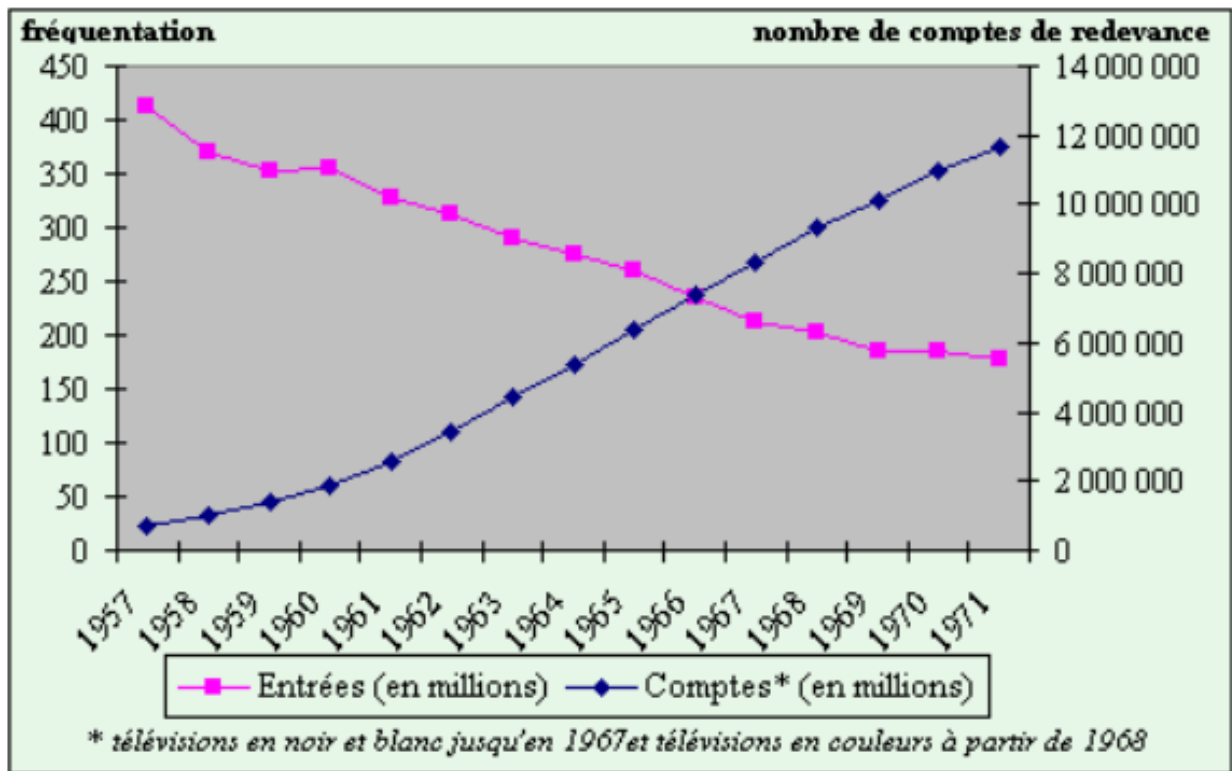


Sources : 1993 - 2014 : CNC - Médiamétrie Enquête 75 000 Cinéma, spectateurs 12 derniers mois / depuis 2015 : CNC - Vertigo, enquête Cinexpert, spectateurs 12 derniers mois, 6 ans et plus.

**Source : Le public du cinéma en 2023**

<https://www.cnc.fr/documents/36995/2097582/Le+public+du+cin%C3%A9ma+en+2023.pdf/930dc751-55ce-02a2-c86c-58d33a9cfcb3?t=1719937052144>

**Annexe 2 : Evolution du nombre de compte de redevance et de la fréquentations en salle**

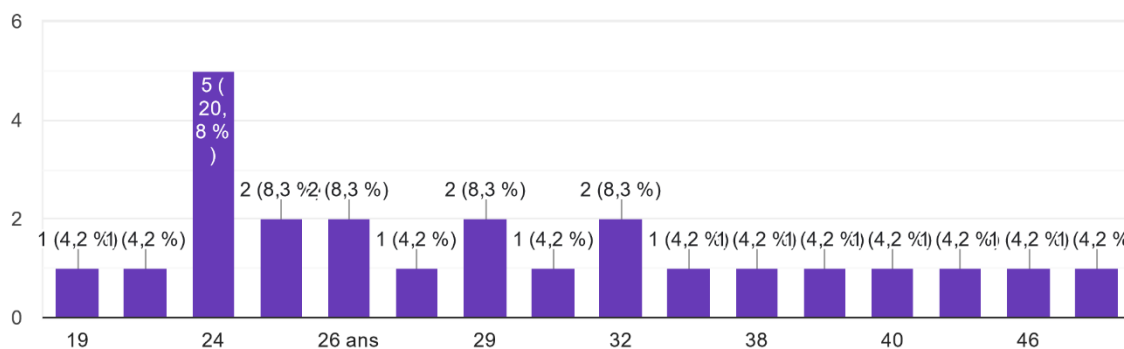


Source : L'évolution du secteur de l'exploitation cinématographique  
[https://www.senat.fr/rap/r02-308/r02-308\\_mono.html](https://www.senat.fr/rap/r02-308/r02-308_mono.html)

### Annexe 3, questionnaire 1 -cinéphile professionnel

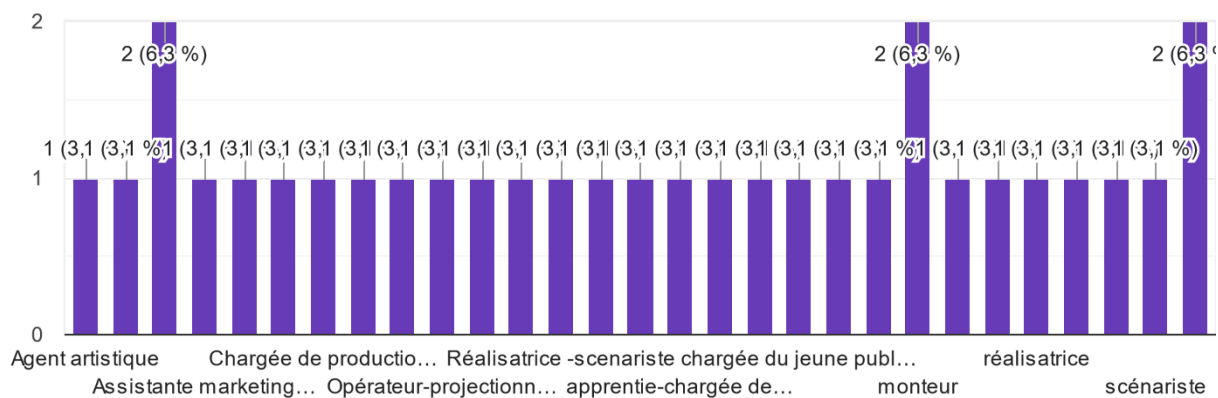
#### Votre âge

24 réponses



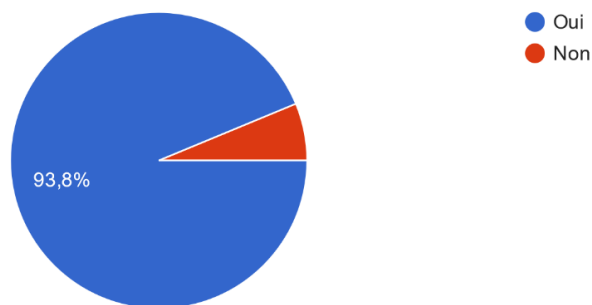
#### Votre métier

32 réponses



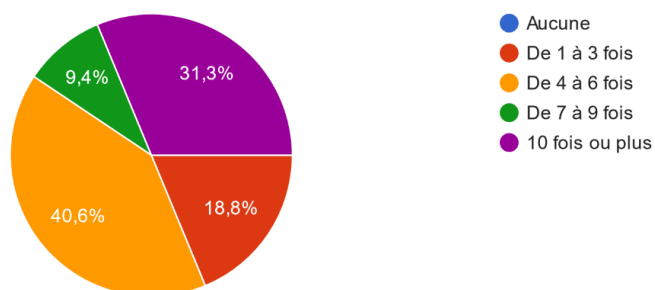
#### Vous considérez-vous comme cinéphile ?

32 réponses



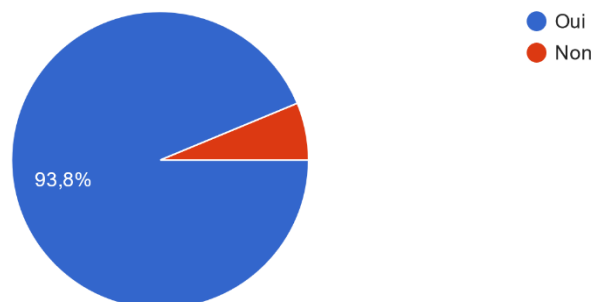
Combien de fois êtes-vous allés au cinéma par mois pour votre plaisir personnel ?

32 réponses



Vous considérez-vous comme cinéophile ?

32 réponses



Pour vous qu'est-ce qu'un film de cinéma ?

22 réponses

Frontière très floue : Certaines productions de plateforme sortent en salle dans certains pays et pas dans d'autres. Depuis toujours, nombreux films vus en salle en France étaient des téléfilms dans leur pays d'origine. Cependant, les fictions françaises prévues pour la TV ont souvent des cadrages moins larges, les rendant étouffantes sur grand écran.

Un film qui se regarde au cinéma, principalement.

Un film pensé et réalisé pour le grand écran, avec une ambition esthétique et narrative.

Une belle histoire, un esthétisme particulier, une certaine qualité image et son où l'on peut déterminer un style propre aux réalisateurs, artistes

C'est un moment de découverte (si on ne l'a jamais vu) ou d'apaisement (si c'est la 50ème fois qu'on le regarde).

De la culture, du travail main dans la main d'équipes entières pendant des mois ou des années, une possibilité d'oublier qui on est pendant deux heures ou plus et surtout une porte ouverte pour rêver.

C'est mettre des images sur des pensées.

une oeuvre ou il y a de la recherche

projet innovant réfléchi qui a aucune valeurs hors de la salle

Un film qui doit être vu sur un grand écran, au cinéma. C'est une expérience collective.

réalisatrice

projet avec une forte recherche, scénique dans l'intrigue aussi

réaliser et construit pour la salle obscure

fait pour le cinéma

projet construit et imaginé pour qu'il soit optimisé pour la salle

Un film dont la première exploitation se fait dans une salle de cinéma

Une œuvre audiovisuelle pensée pour ce que Michel Mesnil appelait "La Salle en Noir"

Plus de saveur (image et son)

Un film où se laisse embarquer par les personnages et les émotions et qui nous bouleverse de quelque manière que ce soit.

Un film bien produit, avec un plus gros budget qu'un film produit par une plateforme de streaming

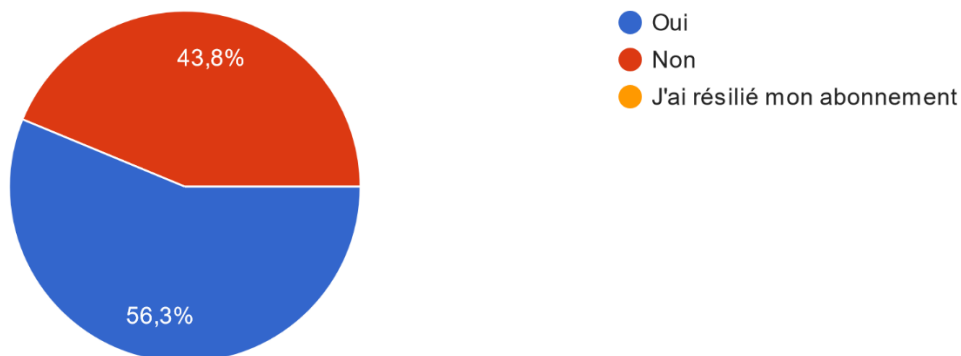
Un film de qualité, que l'on souhaite voir dans les meilleures conditions possibles.

un film de qualité dont on perdra du sens en dehors de la salle

projet fait penser et réfléchi pour le cinéma

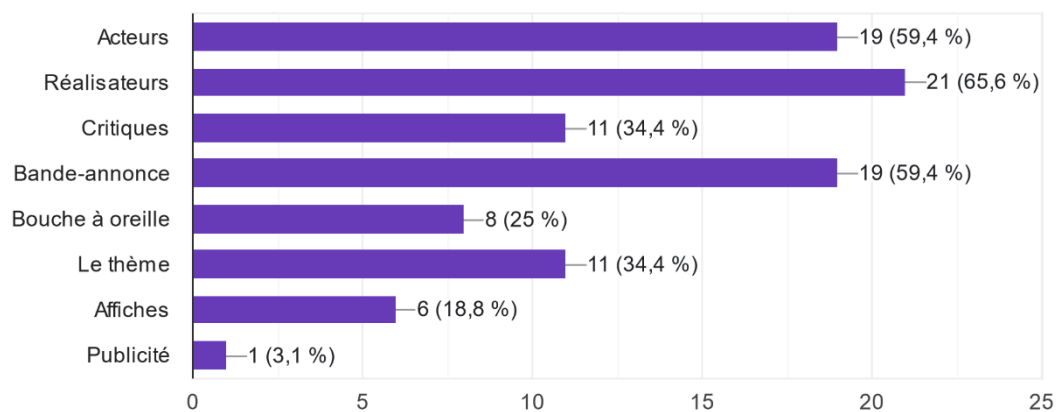
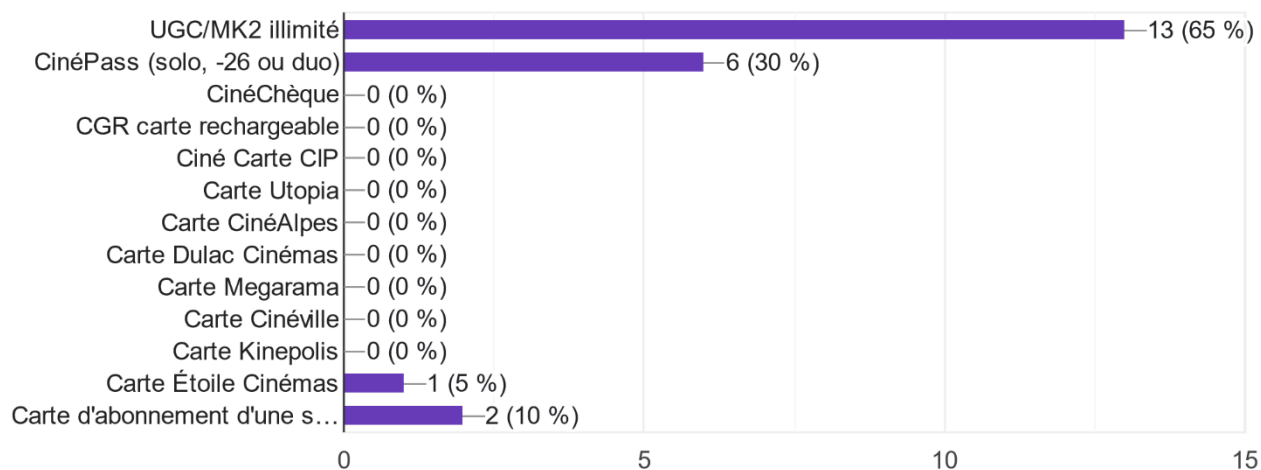
## Avez-vous une carte d'abonnement à des salles de cinéma ?

32 réponses



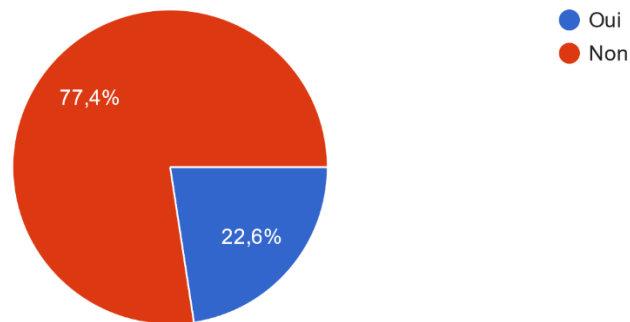
## Si oui, la ou lesquelles ?

20 réponses



### Sentez-vous une différence sur votre consommation de films après le covid ?

31 réponses



### Si oui pourquoi?

5 réponses

Avant je ne regardais pratiquement aucun film ou serie sur les plateformes. Depuis le COVID, je regarde au tant de films au cinéma que sur les plateformes

Je vais plus au cinéma

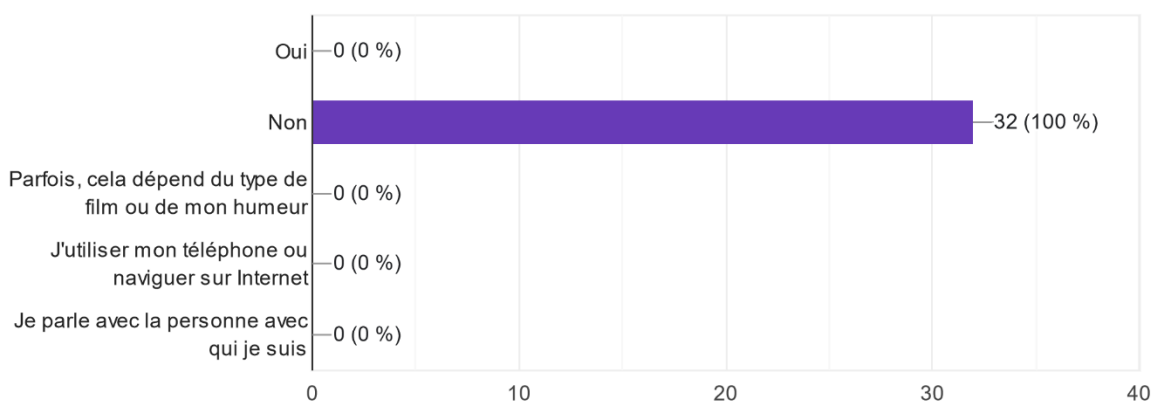
Oui avant le Covid j'allais au cinéma toutes les semaines. Depuis je pense que j'y vais moins, je dirai 1 a 2 fois par mois.

j'ai plus de critères pour aller au cinéma

je sois moins donc je vais moins au cinéma

### Faites-vous autre choses pendant vous regardez un film au cinéma ?

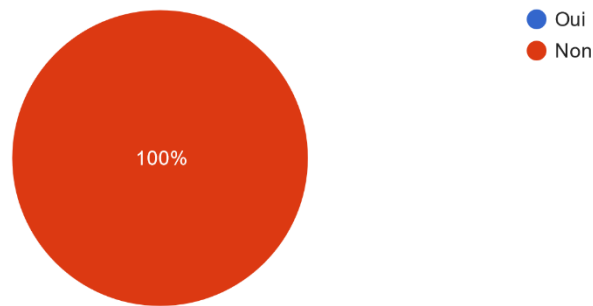
32 réponses





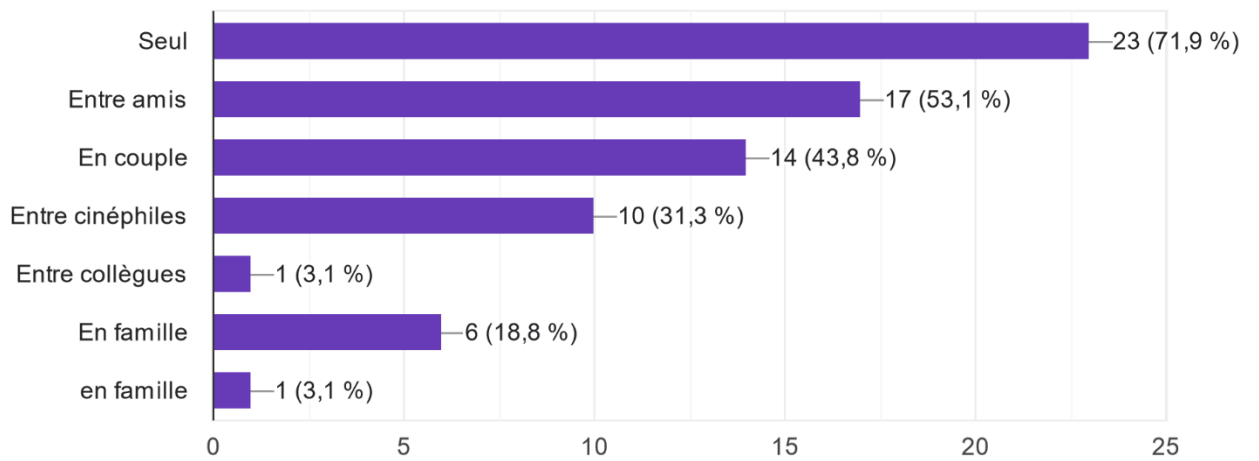
### Pratiquez-vous le binge-watching de films ?

32 réponses



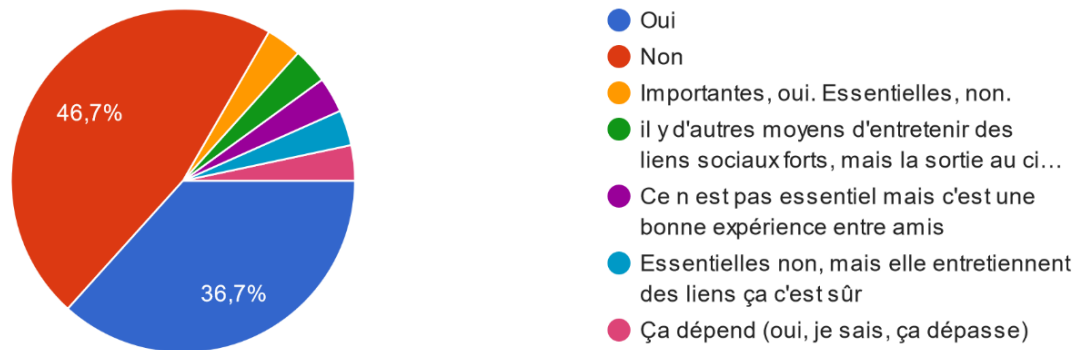
### Préférez-vous regarder des films au cinéma ?

32 réponses



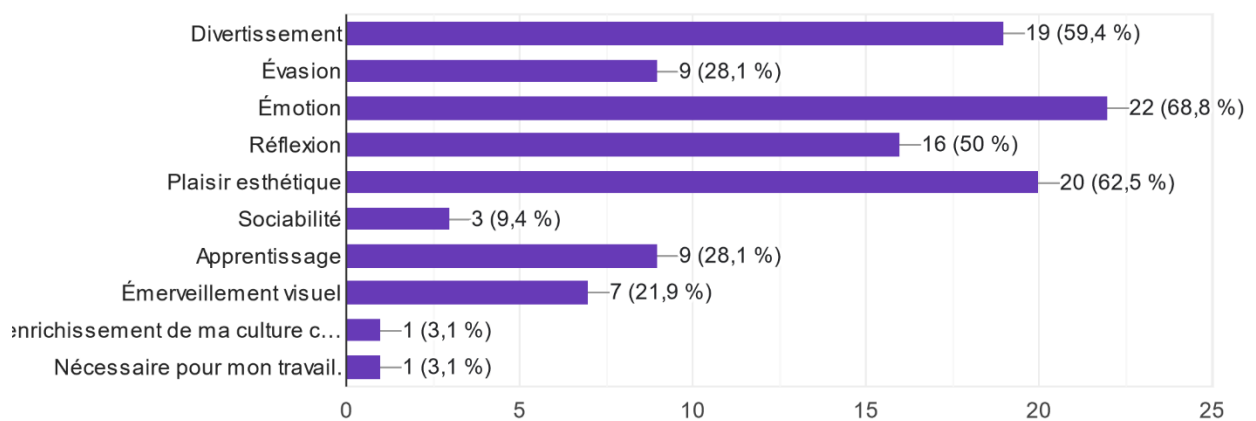
## Pensez-vous que les sorties au cinéma en groupe sont essentielles pour entretenir des liens sociaux forts ?

30 réponses



## Que vous apporte une expérience au cinéma ?

32 réponses



Quels sont vos rituels habituels lorsque vous allez au cinéma ? Par exemple, achetez-vous des friandises ...

23 réponses

Jamais

Jamais de pop-corns ou très rarement (je suis misophone et je peux quitter la salle à cause de ça). Des bouchons d'oreilles dans ma poche. Parfois une petite boisson pendant le film, sinon après, quand je suis accompagné.e.

Venir en avance pour ne pas rater les bandes annonces !

Juste acheté le ticket et trouver une place au milieu de la salle de cinéma, pas devant ni derrière, mais au milieu

Je n'ai pas de rituel particulier, et ne consomme pas de nourriture ou de boisson dans une salle.

Je guette la ville de Prague sur le logo animé Films Europa. Je reste jusqu'à la fin du générique.

Aller au restaurant avant ou après, en général, selon l'heure de la séance.

Jamais de friandise. Rituel c'est de pas loupé les bandes d'annonces pour savoir le prochain film que j'irai voir

Je n'achète pas de friandise, j'emmène une gourde et je prends une place vers le milieu de la salle

Pas vraiment de rituel

je reste jusqu'à la fin du générique

J'arrive en avance je prends une place au milieu, j'évite de me mettre près des groupes d'ados ils parlent pendant les films ça me dérange

arriver en avance pour avoir une bonne place

voir les bandes annonces

placé au milieu, je refuse d'être sur le côté

Je n'ai pas de rituel.

j'arrive en avance pour être au milieu

j'arrive en avance

placé au milieu

pop corn et premier arrivé

jamais être assis sur les côtés

arrivée en avance pour regarder les bandes annonces

j'arrive 15mn en avance , j'ai tout le temps un soda & une sucrerie (achetée hors cinéma). pendant les pubs je réserve les prochains films que je veux voir, et en sortant j'écris la critique du film dans les notes de mon téléphone.

Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

21 réponses

je suis plus concentré seul

AUCUNE attention portée aux contenus publicitaire/promotionnel en groupe.

Je me sens plus concentré.e sur le film quand je suis seul.e, mais aussi plus vulnérable. J'ai l'habitude d'aller voir des films seul.e quand j'ai besoin de réconfort mais que je ne veux voir personne.

je trouve que regarder en groupe permet d'être plus concentré, car il s'exerce une sorte d'auto-surveillance mutuelle, et l'on se met une exigence de tout voir pour pouvoir en parler ensuite. Seule je peux avoir tendance à me laisser aller à la rêverie. La présence de personnes à côté de moi me "maintient" éveillée :-)

Seule j analyse plus le film, la manière dont il a été réalisé, en groupe j'arrive à prendre un peu de recul sur l'analyse même si c'est une occasion de critiquer et discuter du film après visionnage

Seule, je dirai que le film nous embrasse entièrement, il n'y a aucune autre manière de le découvrir et le laisser nous toucher pleinement, on a cette sensation de flotter en sortant de la salle, hors-du-temps. Accompagnée, cela permet d'avoir une autre lecture du film, des réflexions sous un autre angle, des débats qui interviennent à l'issue de la séance.

En groupe, restaurant avant ou après.

Aucune idée

Plus immergée lorsque je suis seule

Seul c'est plus introspectif.

Lorsque je suis seule je me laisse plus facilement absorber par le film, en oubliant ce qu'il y a autour. Lorsque je suis accompagnée, je peux me demander ce qu'en pense la personne à côté de moi.

Elle ne diffère pas vraiment sur le moment mais après. Avoir vu le même film en groupe permet d'en parler en sortant de la salle.

il y plus d'échange

je suis toute seule jamais en groupe

ras

rien ne change

Je vais voir des films grand public entre amis, pour partager les rires. Je préfère être seule quand les films sont plus pointus ou le thème difficile.

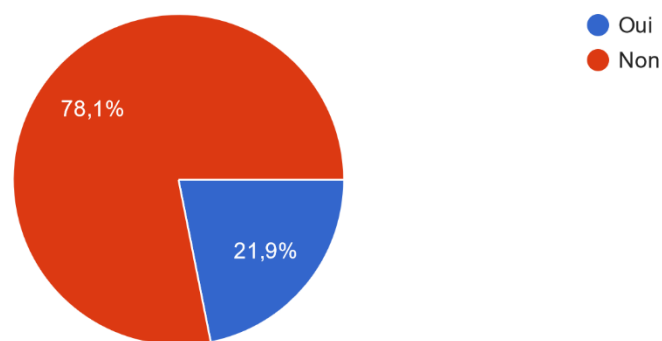
je parle un plus avec mes amis

c'est pareil pour moi

j'y jamais seul

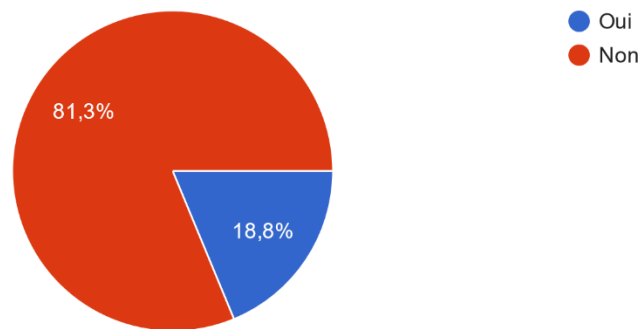
Considérez-vous un film produit par des plateformes comme un film "de cinéma" ?

32 réponses



Avez-vous déjà quitté un film en pleine séance ?

32 réponses



Si oui pourquoi ?

7 réponses

cas extrêmement rare mais lors d'une sensation de perdre mon temps

Oui car je m'ennuyais

Le film n'était pas du tout ce que j'attendais et je ne lui ai trouvé aucun intérêt.

Attention à l'accord des participes passés :-D

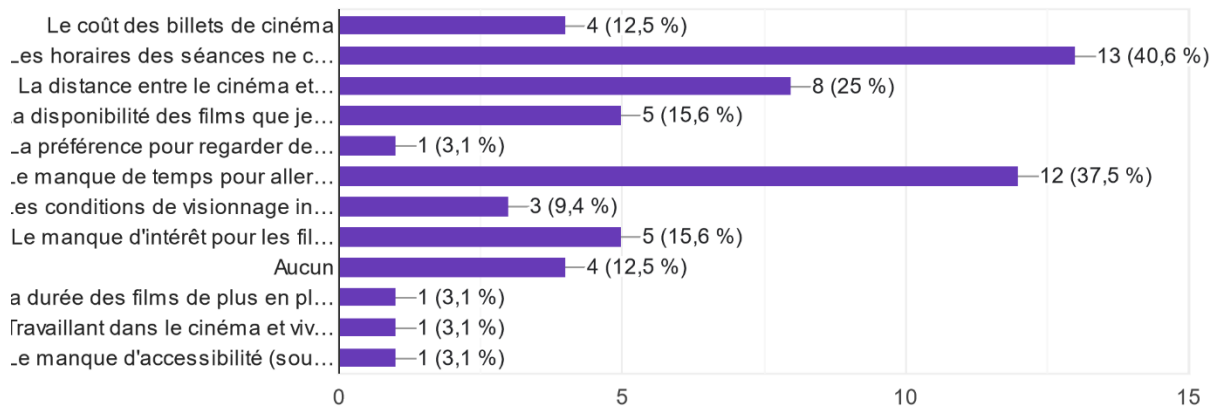
Besoin d'aller aux toilettes.

C'est arrivée une seule fois le film n'était pas du tout ce à quoi je m'attendais et il était très violent

Qualité médiocre ou traitement du sujet problématique. Impression de perdre mon temps.

## Quels vos freins pour aller au cinéma ?

32 réponses



## Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

21 réponses

1) Le voir au cinéma (crée un lien plus solide aux films vus) 2) Si possible en VO mais VF pas rédhibitoire (plutôt VF en salle que de se priver de l'expérience salle).

Que le sujet m'intéresse un minimum. Ou que l'affiche m'attire, quand je ne lis pas les synopsis.

multi critère (voir question sur les facteurs)

L'histoire racontée dans le film

Une salle avec un public pas trop bruyant, si possible qui ne se gave pas de pop corn pendant le film (je choisis mes séances et mes salles pour cela).

Une bonne taille d'écran avec un bon son, je suis moins portée sur le confort mais il faut reconnaître que c'est toujours un plus.

que le film soit projeté dans son support original (pas de ressorties numériques par exemple)

VO, durée, principalement.

VO, durée, principalement.

Il y a pas de critère lorsque j'ai le temps je vais au cinéma

L'horaire de la séance.

Qu'il n'y ait pas de bruit parasite autour

Être presque sûr que le film sera bon car j'ai peur d'aller voir un mauvais film et de m'ennuyer pendant deux heures...

qu'ils soient VO

qualité du scénario, technique son image

une séance le matin, il y a moins de monde, une expérience que je peux vivre au max avec des belles images

siège confortable. la salle

une séance le matin, il y a moins de monde, une expérience que je peux vivre au max avec des belles images

siège confortable, la salle

le type de salle et le type de public si c'est un film mainstream, j'y vais le matin car moins de monde et de bruits parasite

Un film est fait pour être vu au cinéma. C'est le meilleur visionnage possible.

les horaires, et en VO

les horaires

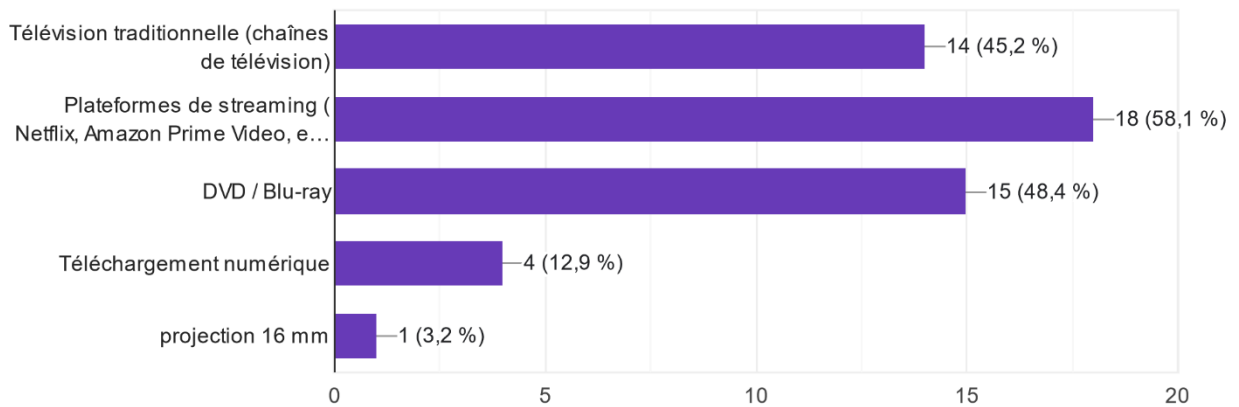
les horaires, je veux exclusivement une salle premium

à moins d'heure de chez moi



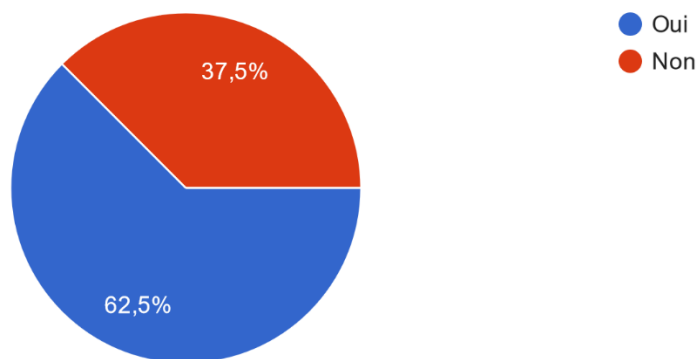
### Quel est votre moyen de diffusion principal pour regarder des films à la maison ?

31 réponses



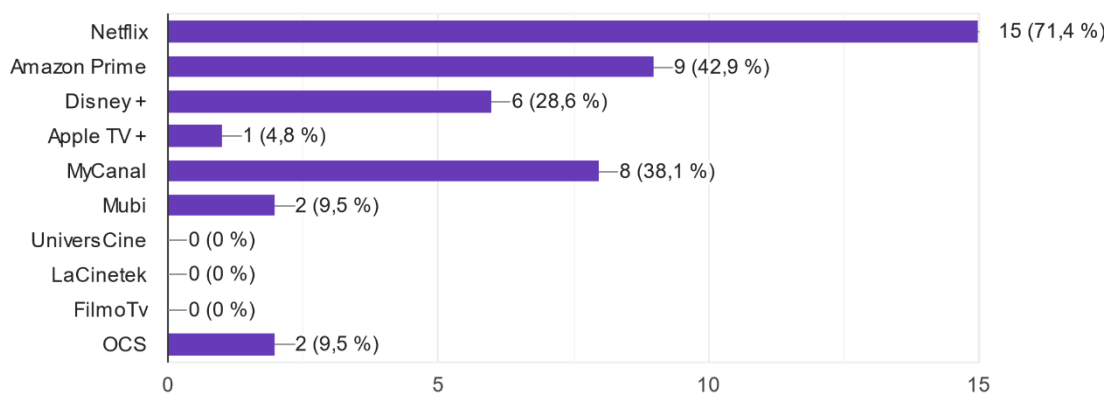
### Possédez-vous également un abonnement à une ou plusieurs plateforme(s) de SVOD?

32 réponses



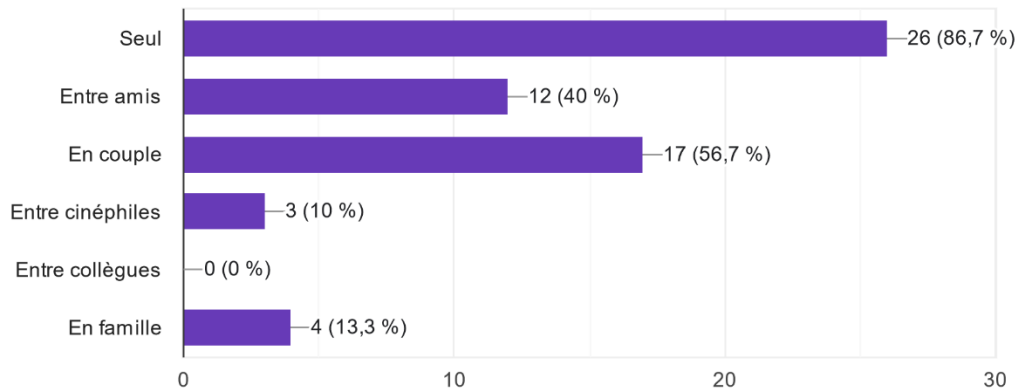
### Si oui, la ou lesquelles ?

21 réponses



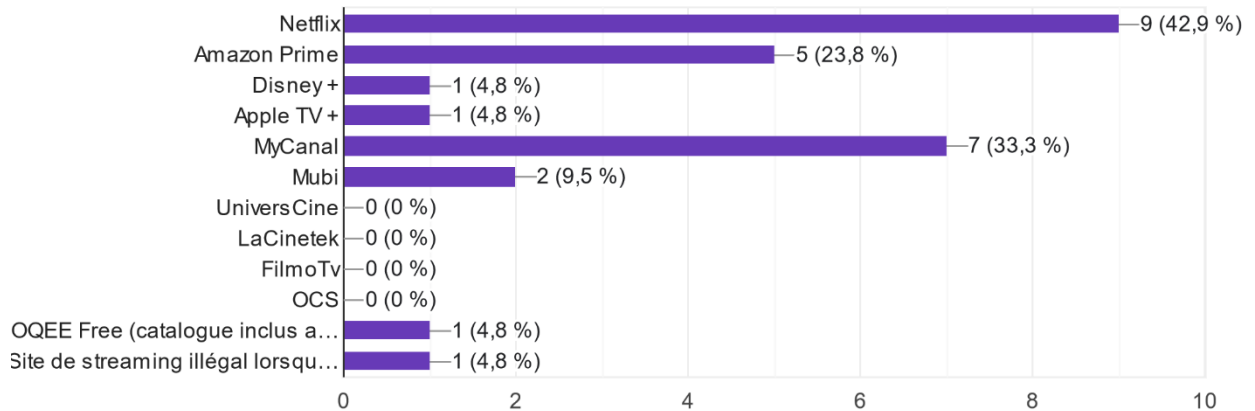
### Préférez-vous regarder des films à la maison ?

30 réponses



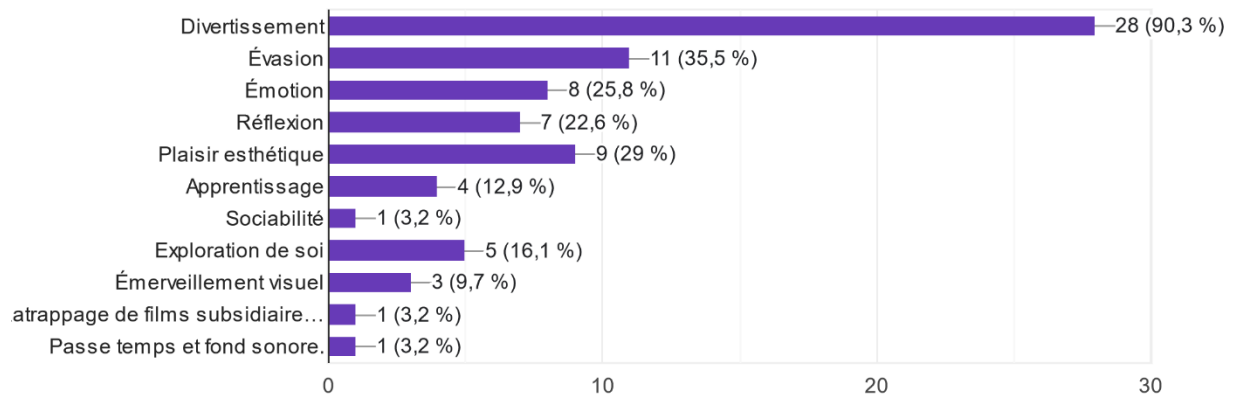
### Sur quelle plateforme regardez-vous le plus de films ?

21 réponses



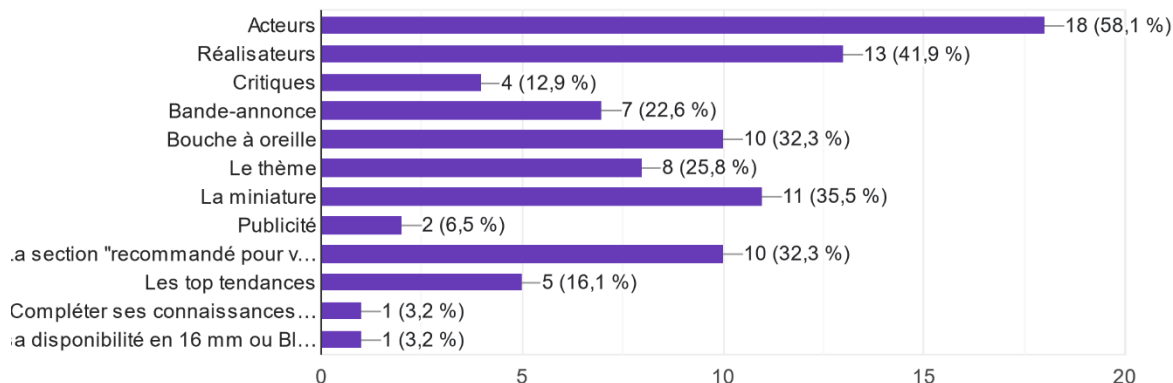
### Que vous apporte une expérience de films à la maison ?

31 réponses



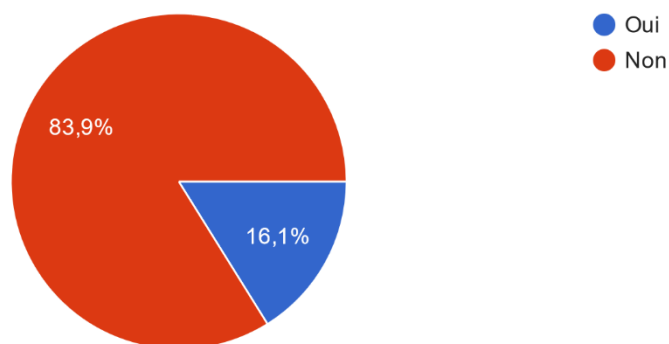
### Quels facteurs influencent votre décision de regarder un film à la maison ?

31 réponses



### Considérez-vous que les plateformes ont modifié votre rapport aux films ?

31 réponses



### Si oui, pouvez-vous expliquer pourquoi et comment ?

4 réponses

Un film sur une plateforme est davantage un divertissement pour moi qu'une réelle découverte. Je le fais pour occuper un moment ou par réflexe le soir, là où je vais au cinéma parce que j'ai une réelle envie qui se manifeste.

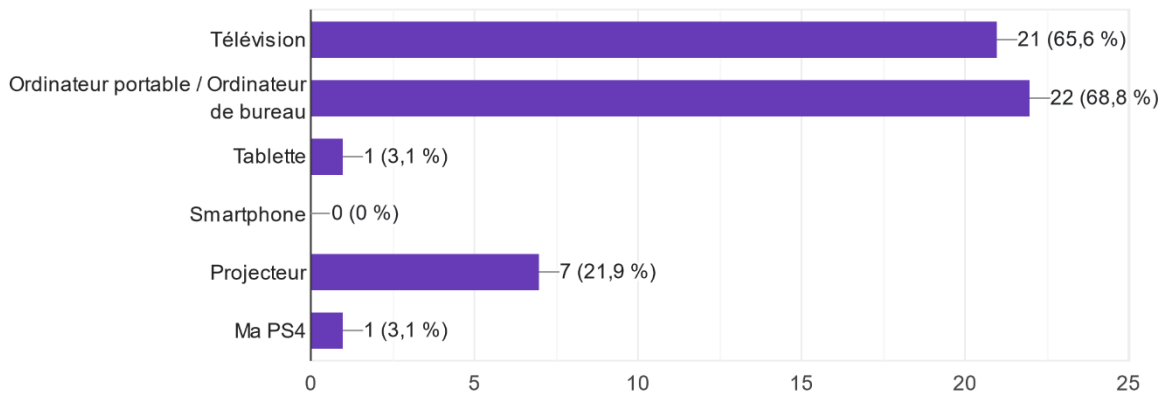
La facilité et l'accessibilité : plus besoin de prendre sa voiture ou d'anticiper le fait de se rendre dans une salle. On consomme plus mais je pense moins bien (téléphone dans les mains) alors qu'au cinéma on ne regarde que le film on fait pas plein de choses en même temps

Je suis moins attentive qu'au cinéma, je peux faire plusieurs choses en même temps. J'ai du mal à choisir dans le grand nombre de références disponibles.

Je vois beaucoup plus de film qu'avant

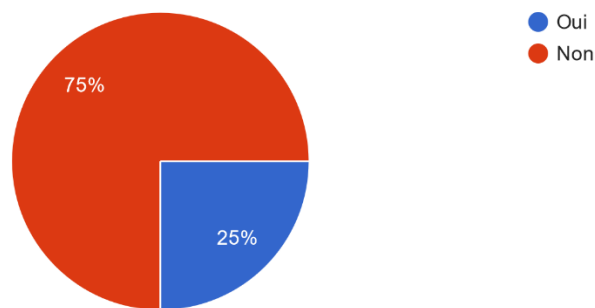
### Quels types d'écrans utilisez-vous principalement pour regarder des films à la maison ?

32 réponses



### Avez-vous investi en équipements techniques pour améliorer votre expérience cinéphile ?

32 réponses



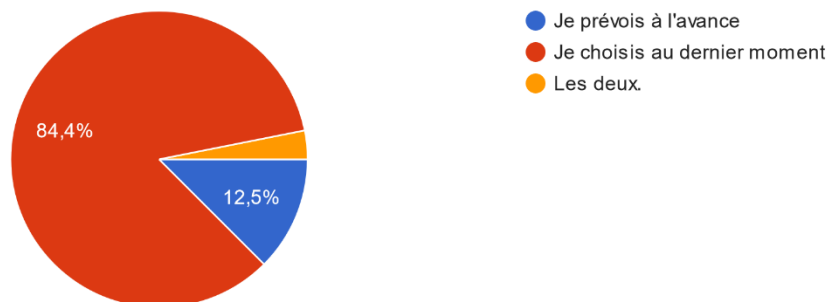
#### Si oui quel équipement ?

7 réponses

- Des enceintes pour un meilleur son
- vidéoprojecteur
- Ecran, projecteurs 16 mm et vidéo projecteur de qualité, amplification et hauts parleurs
- Lecteur DVD, rétroprojecteur
- lecteur DVD
- projecteur et lecteur DVD
- lecteur DVD/ Magnétoscope

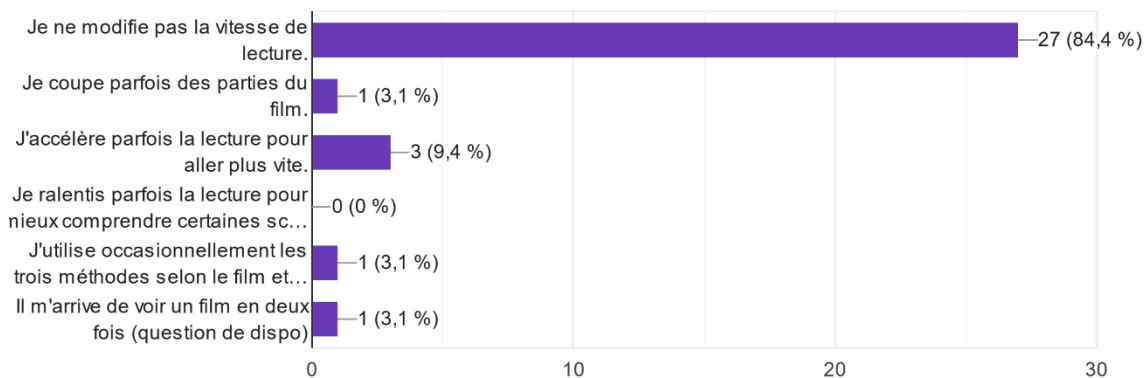
### Prévoyez-vous de regarder un film sur plateforme à l'avance ou choisissez-vous généralement au dernier moment ?

32 réponses



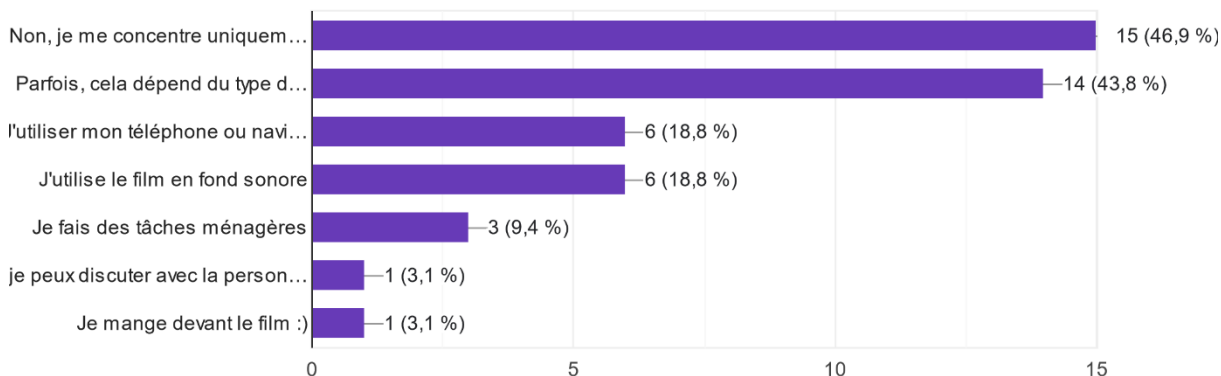
### Lorsque vous regardez des films à la maison, comment ajustez-vous généralement la vitesse de lecture ou la séquence des scènes ?

32 réponses



### Faites-vous autre chose lorsque vous regardez un film à la maison ?

32 réponses



### Pour vous qu'est ce qu'un film de plateforme ?

4 réponses

Un film qu'on peut consommer facilement et rapidement

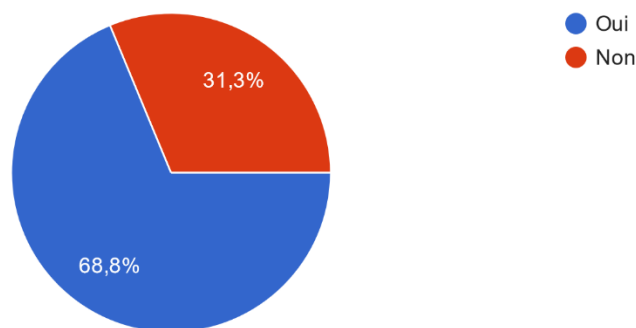
Un film charté en fonction d'une ligne éditoriale.

produit par des plateformes

du fast-food

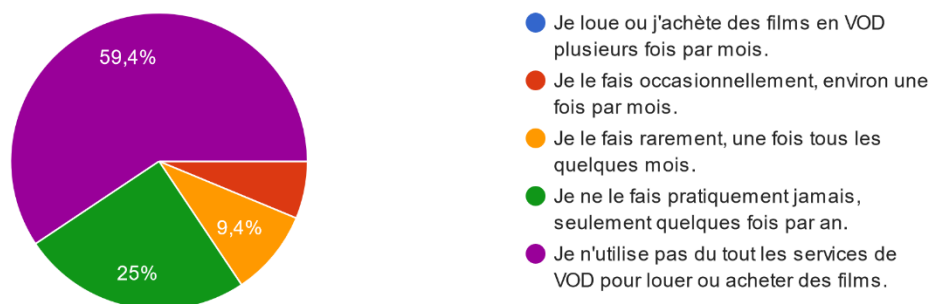
### Avez-vous déjà arrêté un film sur une plateforme ?

32 réponses



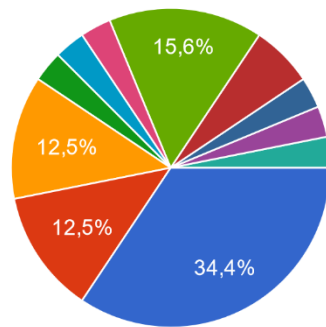
### À quelle fréquence utilisez-vous des services de vidéo à la demande (VOD) pour louer ou acheter des films ?

32 réponses



### Achetez-vous ou louez-vous des DVD/BluRay ?

32 réponses

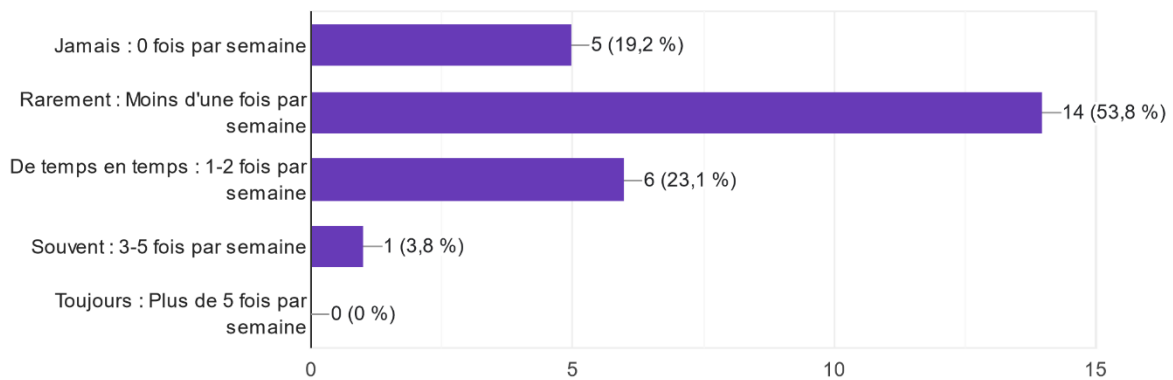


- Je n'ai pas de lecteur DVD
- Oui, j'achète régulièrement des DVD/BluRay
- Oui, je loue occasionnellement des DVD/BluRay
- Oui, j'utilise les services de location de DVD/BluRay
- Non, je ne loue ni n'achète de DVD/BluRay
- Non, je ne regarde plus de DVD/BluRay
- Non, je préfère aller au cinéma
- Oui, j'achète régulièrement des DVD/BluRay

▲ 1/2 ▼

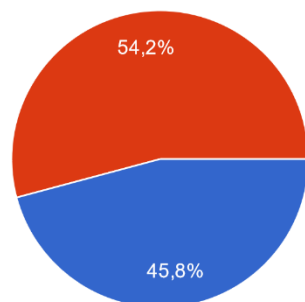
### À quelle fréquence consultez-vous les recommandations personnalisées ou les listes de films populaires sur les plateformes de streaming ?

26 réponses



### Etes-vous satisfait de l'algorithme de vos plateformes ?

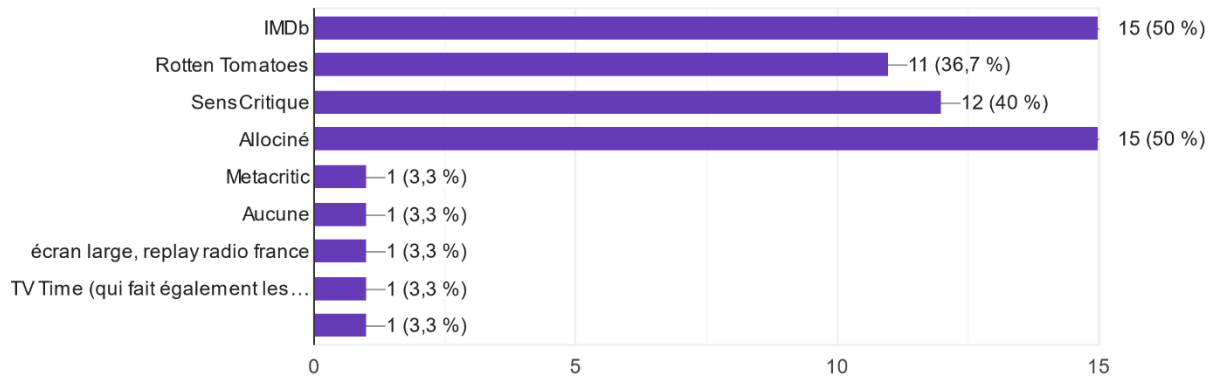
24 réponses



- Oui
- Non

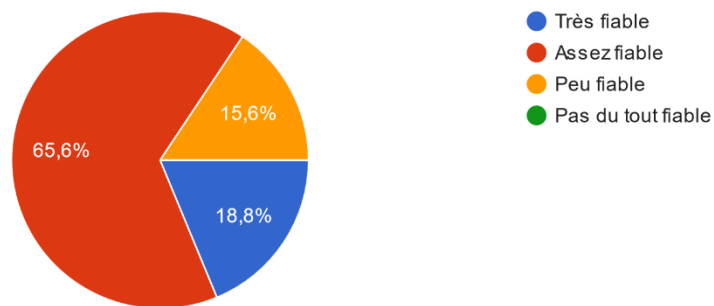
Sur quelles plateformes en ligne recherchez-vous des informations sur les films ? (Cochez toutes les réponses pertinentes)

30 réponses



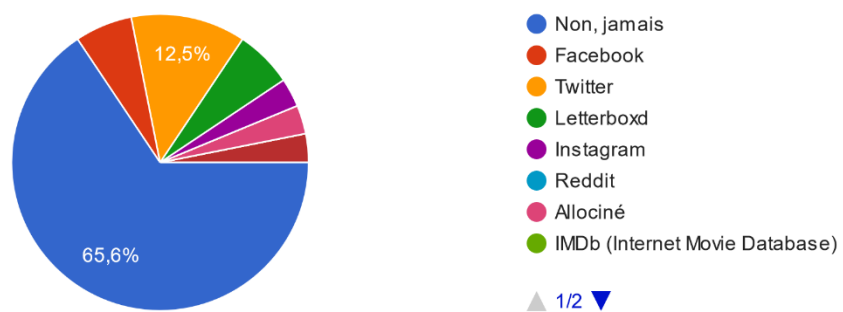
Comment évaluez-vous la fiabilité des informations que vous trouvez en ligne sur un film ?

32 réponses



Partagez-vous des avis sur les films que vous avez vu sur les films et sur quelles plateformes ?

32 réponses

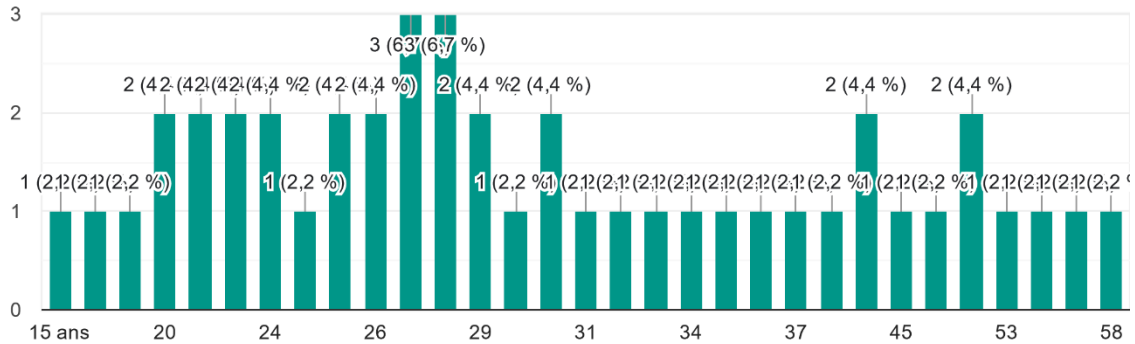




## Annexe 4, questionnaire 2 – Questionnaire cinéphile amateur

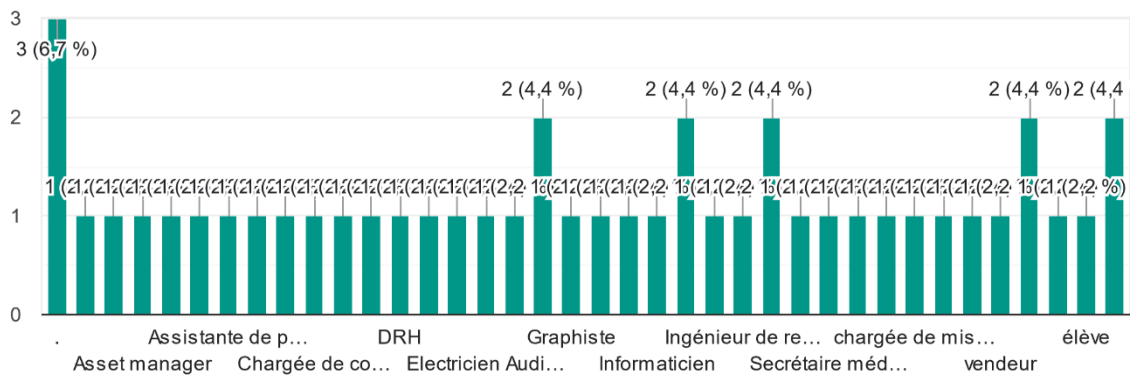
### Votre âge

45 réponses



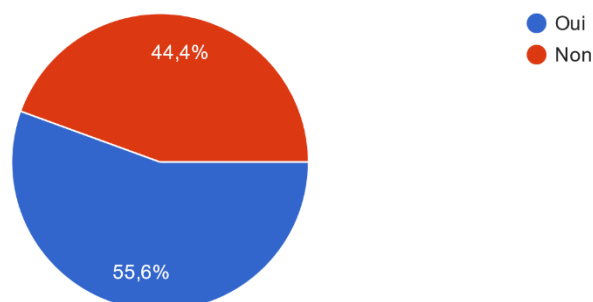
### Votre métier

45 réponses



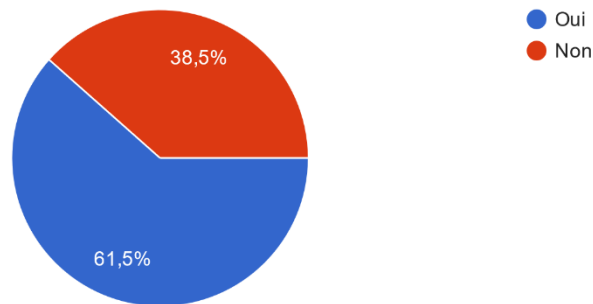
### Vous considérez-vous comme cinéphile ?

45 réponses



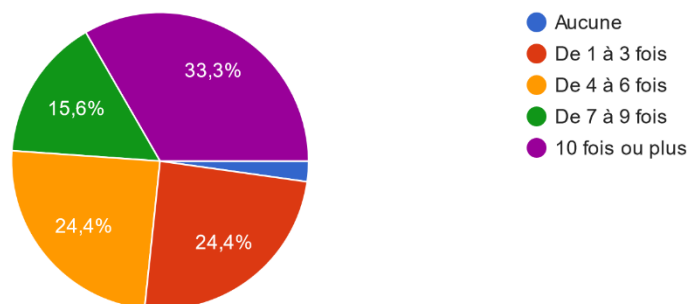
Etes-vous déjà allé à une séance de ciné-rencontre avec les acteurs, réalisateurs ?

26 réponses



Combien de fois êtes-vous allé au cinéma ces 12 derniers mois pour votre plaisir personnel ?

45 réponses



Pour vous qu'est-ce qu'un film de cinéma ?

42 réponses

un film

Une émotion partagée

Cela se visionne en salle car meilleur son notamment et émotion se partage avec les autres spectateurs.

Un film projeté en salle sur grand écran

Tout film est un « film de cinéma ». Il y a des bons films comme des mauvais selon les goûts. Je dirais que la question est plutôt de demander nos préférences en matière de film. Et si c'est cela la question, on serait sur des beaux plans très visuels entre la science-fiction de Avatar et de Inception, et la poésie du cinéma asiatique des films d'animation comme « A silent voice », ou du réalisateur Miyazaki, ou encore de l'émotion mise dans les films de Woody Allen et des Pixar. Sans oublier des plans très esthétiques de Wes Anderson ou de Wong Kar Wei ou de Suspira.

Voire l'ingéniosité des films de felini et de Hitchcock.

Il n'a pas de film de cinéma pur. Voire même si je devais choisir mon genre, j'aime beaucoup les films d'auteurs.

Mais même un simple court métrage d'un simple Amazir de cinéma peut être du grand art.

C'est une œuvre réfléchie par un réalisateur avec une promesse artistique et/ou technique

Une oeuvre audiovisuelle.

Un bon scénario une belle photographie un cadre

Un film d'auteur ou d'actions

Une suite d'image animée avec ou pas du son que l'ont visionne dans une salle sur grand écran

Une expérience pour s'évader.

Un film épique

Une recherche esthétique ou philosophique

Un film qui questionne les normes esthétiques, qui a été réfléchi autant sur le fond que la forme. Un film qui a une caractéristique nouvelle.

Un message, une histoire, une invitation aux émotions

C'est une oeuvre

Un film qui sort en salle

Un film qui se regarde esur grand écran avec du public autour

Je n'apprécie pas trop le termes films de Cinéma car cela fais sous-entendre qui ne mérite d'être vie au cinéma, ce que je trouve un peu élitistes et arbitraire.

Un bon film

Thriller histoire policier

Je vais au cinéma par plaisir

Un film de grand spectacle, avec beaucoup de visuels(paysage, scène d'action en plan large,...)

.

Objet audiovisuel de grand format qui a un intérêt artistique, émotionnel ou documentaire

---

Pour vous qu'est-ce qu'un film de cinéma ?

42 réponses

tous les films sont des films de cinéma

Un film avec un minimum d'efforts/de gestes narratif et technique

Un film où l'esthétique compte au moins autant que l'histoire

un film qu'on ne peut regarder que sur grand écran !

un film qui est fait pour être vu au cinéma

Un film (ce qui inclut les court-métrages) que l'on regarde dans une salle de cinéma

Un film projeté en salle

Un film qui a un intérêt à se déplacer dans un salle pour l'apprécier à sa juste valeur

... et ...

---

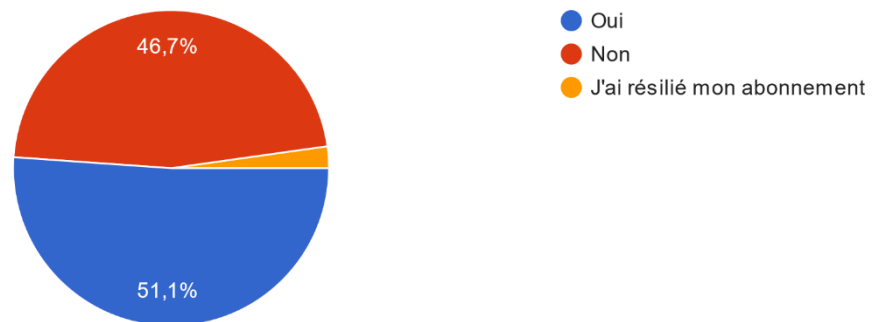
### Pour vous qu'est-ce qu'un film de cinéma ?

42 réponses

- Un film qui a un intérêt à se déplacer dans un salle pour l'apprécier à sa juste valeur
- Un film avec des qualités formelles, une recherche esthétique, une puissance émotionnelle, une portée politique, dont la réception peut se faire pleinement dans l'expérience de la salle.
- une film à voir uniquement au cinéma
- film fait pour le cinéma
- Dune
- un film avec des inspirations
- film qui prend une dimension uniquement sur grand écran
- fait par des réalisateurs reconnus

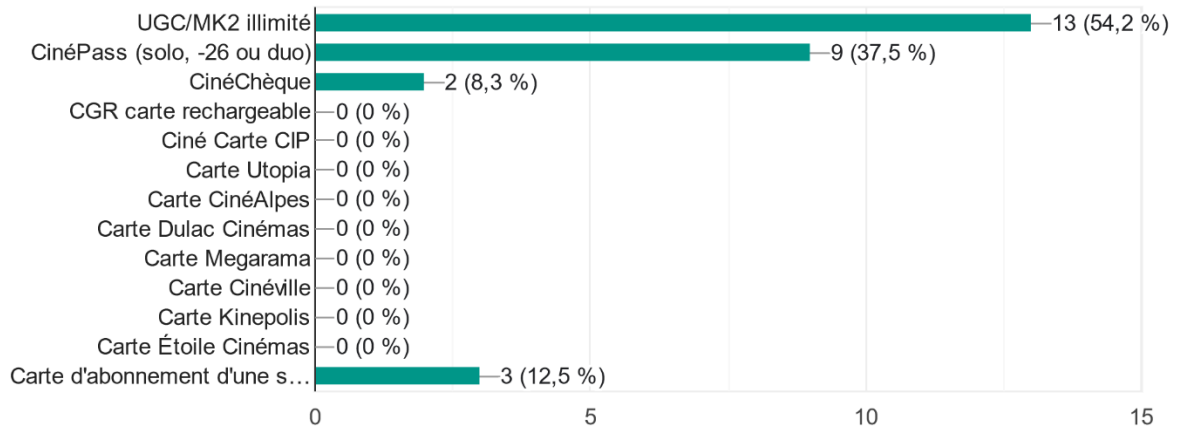
### Avez-vous une carte d'abonnement à des salles de cinéma ?

45 réponses



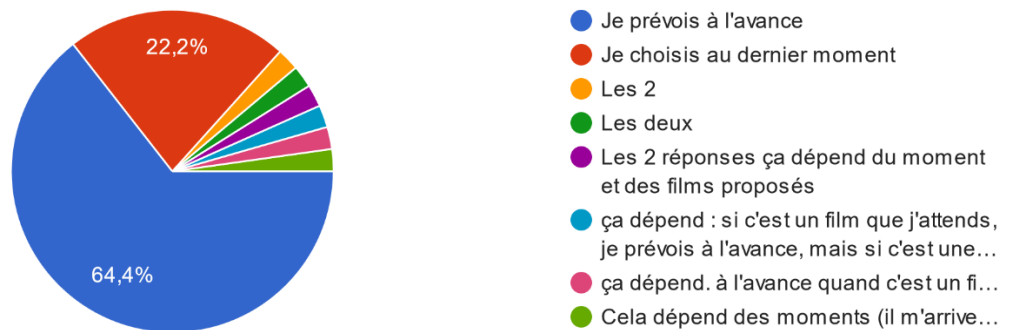
### Si oui, la ou lesquelles ?

24 réponses



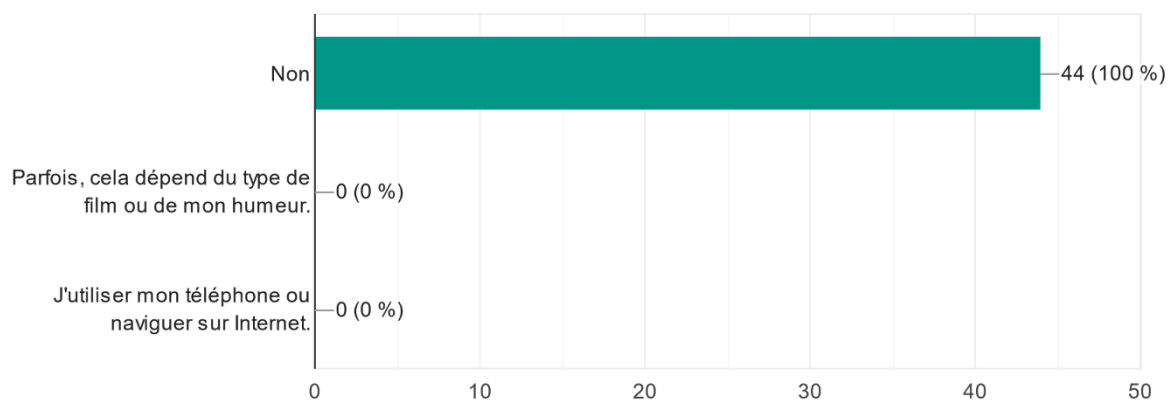
### Prévoyez-vous de regarder un film à l'avance ou choisissez-vous généralement au dernier moment ?

45 réponses



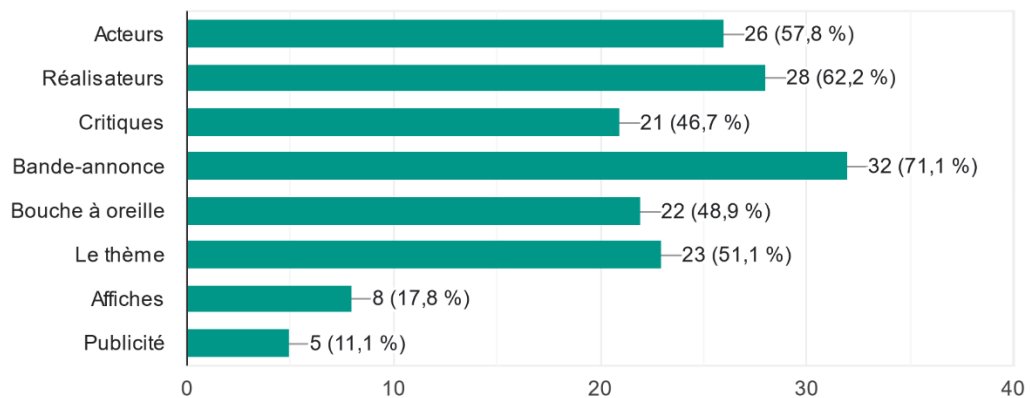
### Faites-vous autres choses pendant que vous regardez un film au cinéma ?

44 réponses



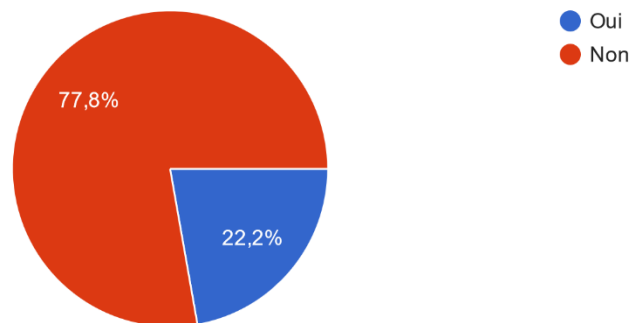
## Quels facteurs influencent votre décision d'aller au cinéma ?

45 réponses



## Sentez-vous une différence sur votre consommation de films après le covid ?

45 réponses



### Si oui pourquoi?

10 réponses

Je dirais qu'on va beaucoup moins en salle et qu'on regarde tout depuis nos écrans et qu'on est beaucoup plus sélectif dans ce qu'on va regarder au cinéma

Je prend d'autant plus goût à aller physiquement voir un film en salle de cinéma

Je vais au cinéma plus souvent.

Je vais beaucoup moins au cinéma car je trouve qu'il y a beaucoup moins de films intéressants

je regarde plus de films dans le but de m'instruire

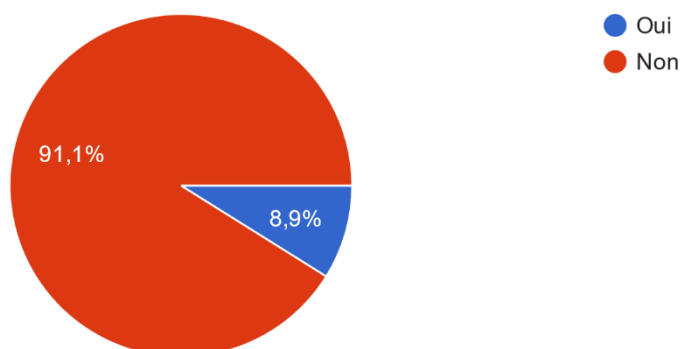
Les abonnements à des plateformes me donnent moins envie d'aller au cinéma. J'attends parfois que les films sortent sur plateformes pour les voir.

je suis plus exigeant quand je vais au cinéma

je vais moins au cinéma

Préférez-vous attendre qu'un film de cinéma qui vous intéresse soit diffusé à la télévision plutôt que de le regarder au cinéma ou sur une plateforme de streaming ?

45 réponses



Si oui pourquoi?

5 réponses

Uniquement les films dont je suis curieuse mais dont les critiques sont mauvaises et je préfère ne pas en avoir pour mon argent

Parce que j'ai un abonnement canal plus qui coûte cher autant qu'il soit rentable. De plus je n'ai pas à me déplacer et je suis beaucoup plus attaché à la télé par habitude.

Je n'ai pas de télévision et c'est plus pratique de regarder des films sur l'ordinateur et plus intéressant d'en regarder au cinéma.

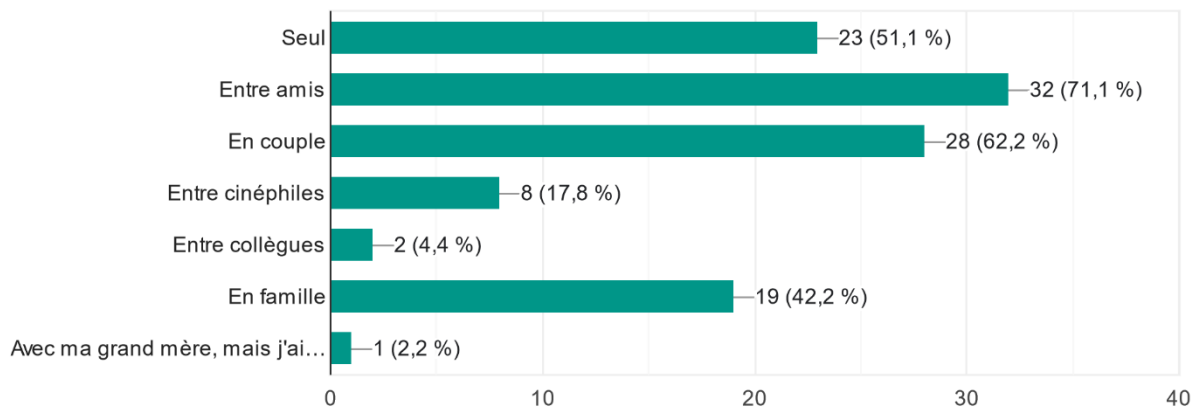
Pas le temps nécessairement de me déplacer en cinéma, le prix à l'unité d'un film

A cause de mon travail j'ai pas le temps



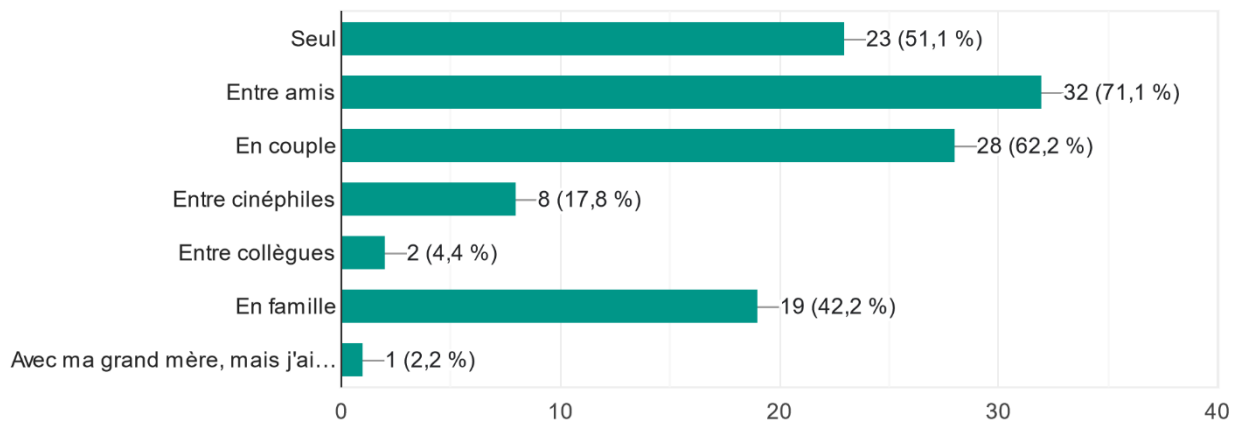
### Préférez-vous regarder des films au cinéma ?

45 réponses



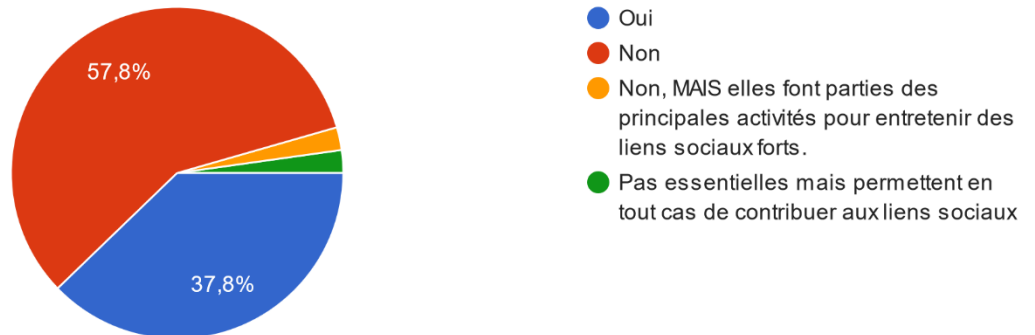
### Préférez-vous regarder des films au cinéma ?

45 réponses



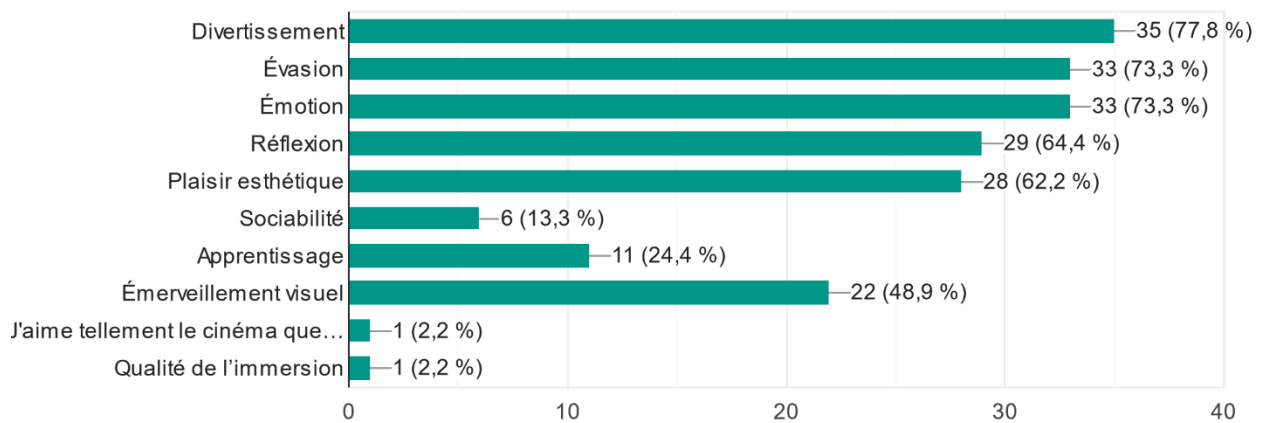
## Pensez-vous que les sorties au cinéma en groupe sont essentielles pour entretenir des liens sociaux forts ?

45 réponses



## Que vous apporte une expérience au cinéma ?

45 réponses



Quels sont vos rituels habituels lorsque vous allez au cinéma ? Par exemple, achetez-vous des friandises ...

44 réponses

Non

Pop corn

Achat boisson

Popcorn

Pop corn + chips au vinaigre achete au super marche du coin ( moins cher) et ticket de cinéma acheté en ligne + je passe aux toilettes avant d'aller en salle pour éviter de rater un passage du film

Pop corn / boisson

Désolé mais le bruit du popcorn là jpp

Nop

Quels sont vos rituels habituels lorsque vous allez au cinéma ? Par exemple, achetez-vous des friandises ...

44 réponses

Pop corn mais pas tout le temps

J'achète du popcorn

Pas de friandises. Je lis un livre ou le programme de cinéma avant les bandes-annonces puis regarde le film sans rien faire d'autre.

J'essaye de venir à l'heure pour ne pas rater les bandes annonces :)

Pop corn la base

Acheter des friandises + boisson

Je n'en n'ai pas vraiment

PopCorn

Je me met toujours en 3eme rang en partant de devant!!!

Boisson

Aucun

Aucun rituel

Achetez du pop-corn restaurant avant ou après parfois

Non

Quels sont vos rituels habituels lorsque vous allez au cinéma ? Par exemple, achetez-vous des friandises ...

44 réponses

Aucun

Une restaurant avant ou après, je prends des pop-corn

pop corn et boissons, restaurant en amoureux

pas de rituel

Un restaurant ou une séance shopping

bonbons

mcdo après le ciné

restaurant, pop-corn, coca

restaurant et rester jusqu'a la fin du générique

Quels sont vos rituels habituels lorsque vous allez au cinéma ? Par exemple, achetez-vous des friandises ...

44 réponses

Oui, du popcorn

Pas de rituels

je feuillète le programme du cinéma pour repérer les prochaines séances qui m'intéressent !

Je n'ai pas d'habitude particulière. J'arrive en avance

J'y vais généralement seul. Je me place au milieu de la salle, et je lis un peu.

Popcorn

RAS

Popcorn rarement

je reste jusqu'à la fin du générique

Aucun

Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

43 réponses

Pas de différence

Plus attentif

Je ne regarde pas de film en groupe.

Je suis beaucoup plus concentré sur le film quand je le regarde seule qu'avec des gens. Et si j'ai des gens à côté de moi, cela me permet de voir aussi leur réaction physique et après visionnage. Une sorte de moment de partage mais où je serais un peu plus « distancié » du film

Je suis plus concentré mais j'ai moins d'échanges après/ pendant la séance sur certains faits

Au cinéma ça ne change rien pour moi. A la maison, on réagit beaucoup beaucoup en direct sur ce qu'on regarde.

Partage

Plus concentrer / se laisser pleurer

Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

43 réponses

Il n'y a aucune différence. J'estime qu'un film doit se regarder dans le silence de ce fait le cinéma pour moi n'est pas un bon lieu de rencontre

Je suis moins attentive quand je regarde un film en groupe. Je fais plus attention à l'expérience des autres.

La discussion après

Quelquefois, je peux grignoter si je suis avec d'autres personnes. Je discute en attendant le film plutôt que de lire.

Je peux être plus facilement ému quand je suis seul (ça dépend du film)

L'impression d'être plus immergé

On peut réagir ensemble

Je bouge moins

Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

43 réponses

Il me manque la discussion autour du film avec mes amis si je regarde seul

Pas tant que cela. Mais j'apprécie voir des films avec ma grand mère.

Je suis plus concentrée seule

Aucune différence

Non

On est plus tranquille seule

Le dé at que l'on peut avoir si on est plusieurs à partager cette expérience de visionnage

lorsque je suis seule je rentre direct chez moi, alors qu'en groupe on va boire un verre après. en groupe, on est un peu obligés de parler du film en disant ce qu'on en a pensé etc, alors que seule on peut ramener toutes nos pensées chez nous sans les dire à voix haute, et rester dans l'esprit du film. et puis quand on discute du film après, on adapte notre discours en fonction de la personne avec qui on est, et ça va aussi

Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

43 réponses

Les discussions après

Je ne sais pas

mon expérience de visionnage est la même. simplement, je peux échanger après la séance si j'ai regardé le film avec un groupe d'amis.

je parle plus quand je suis avec des gens

En groupe, je suis attentif à la réaction d'autrui. Cette dernière permet parfois de ressentir des émotions plus fortes.

Plus discret et attentif seul qu'en groupe où quelques remarques sont échangées de temps en temps pendant le film

Plus focus quand je suis seul

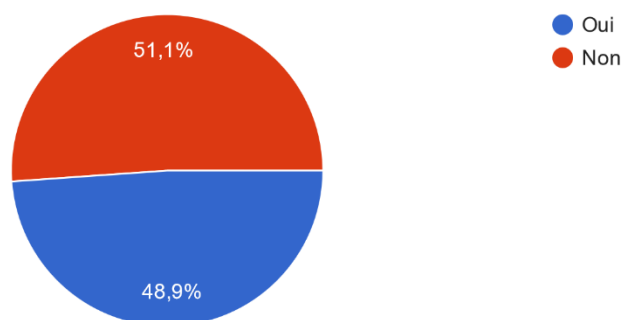
Comment votre expérience de visionnage de films diffère-t-elle lorsque vous regardez seul(e) par rapport à lorsque vous regardez en groupe ?

43 réponses

- La possibilité de débat/questions/ressenti à la fin du film, alors que seul, certaines incompréhension restent, et la vision est unilatérale sans autre avis
- Plaisir du débat et des discussions après le film quand on est en groupe
- je n'y vais pas seule
- Je parle avec les autres pendant le film
- ça ne change pas
- RAS
- je suis plus concentré seul
- non
- je rigole plus
- je prends moins de pop corn
- aucune modification

Considérez-vous un film produit par des plateformes comme un film "de cinéma" ?

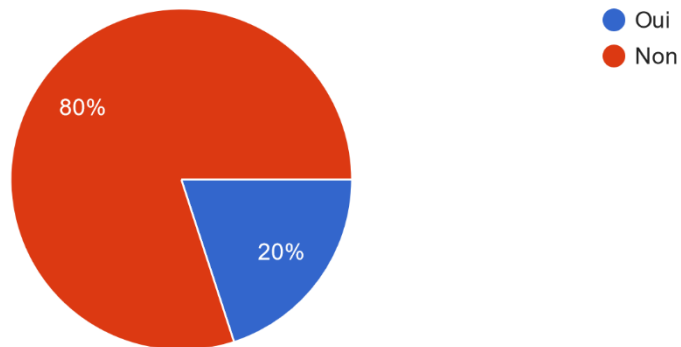
45 réponses





## Avez-vous déjà quitter un film en pleine séance ?

45 réponses



### Si oui pourquoi ?

8 réponses

- pour les toilettes mais je ne le fais que rarement

Quand j'ai l'impression d'y perdre mon temps

Je n'aimais pas

Trop violent

Par dégoût ou à cause d'une nullité transepersante 🤢🤢🤢

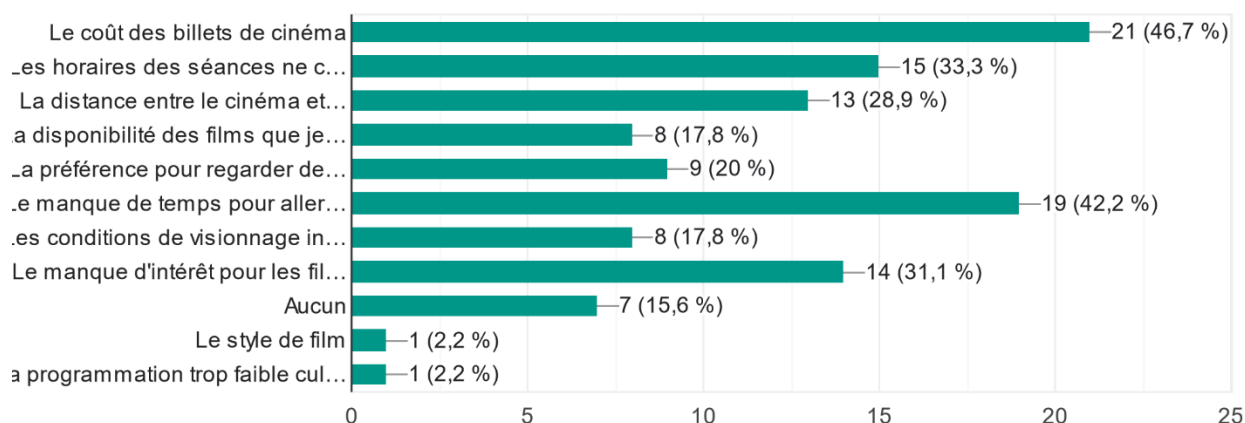
Inintéressant

Car mes enfants n'étaient pas captivés

c'était docteur strange 2, je l'avais déjà vu il était 22h30 et il n'y avait pas la clim dans la salle

## Quels vos freins pour aller au cinéma ?

45 réponses



## Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

42 réponses

La fluidité

Disponibilité du film en salle

L histoire

trailer, histoire, thème, acteur, réalisateur, esthétique, musique

Le son en priorité, puis le niveau budgétaire du film

Vu le prix, je vais voir des films dont je suis confiant de la qualité. Si la bande annonce ne m'a pas plu, et que les critiques sont mauvaises, je n'irais probablement pas

Aucun

Qualité du film

Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

42 réponses

Les acteurs ou l'histoire .

L'intrigue du film. Si le film m'apportera quelque chose et enclenchera une réflexion. Je préfère les films historiques ou qui ont une intrigue complexe.

Rapport qualité-prix

L'image et la lumière. Une esthétique particulière mieux rendue au cinéma. Selon les moments, la durée qui peut être parfois rébarbative si trop longue.

Je ne sais pas

Le synopsis

La bande annonce et le style du film

Je ne pense pas en avoir. Je choisis souvent le film sur un coup de tête sans forcément savoir de quoi ça parle

Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

42 réponses

Le type de film (fiction, policier, etc)

J'essaie de voir un maximum de films différents.

Émotions, critiques

Histoire

Un film qui me plaît

Le spectacle promis par le film

.

La critique qui y est associée, le sujet abordé, les comédiens, le réalisateur

scénario intéressant , et c'est le critère principal

Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

42 réponses

La thématique

Le film et la distance pour me rendre à la salle de cinéma

aucun particulièrement

que le film m'intéresse, me donne envie (esthétique, sujet du film...)

Le film m'intéresse-t-il ?

En fonction de mon mood, un film qui me fait réfléchir ou au contraire un film purement divertissant.

Plus-value visuelle, auditive et immersive

Film, durée du film, prix du billet, distance à mon domicile, horaire

Retour presse, mon intérêt pour le réalisateur

Quels critères sont importants pour vous lors du choix de regarder un film au cinéma ?

42 réponses

Retour presse, mon intérêt pour le réalisateur

la qualité des images et du son

sa disponibilité

si c'est blockbuster je n'y vais pas les premières il y a trop de monde

bonne qualité du son, si il y a du 4DX c'est génial

en VF

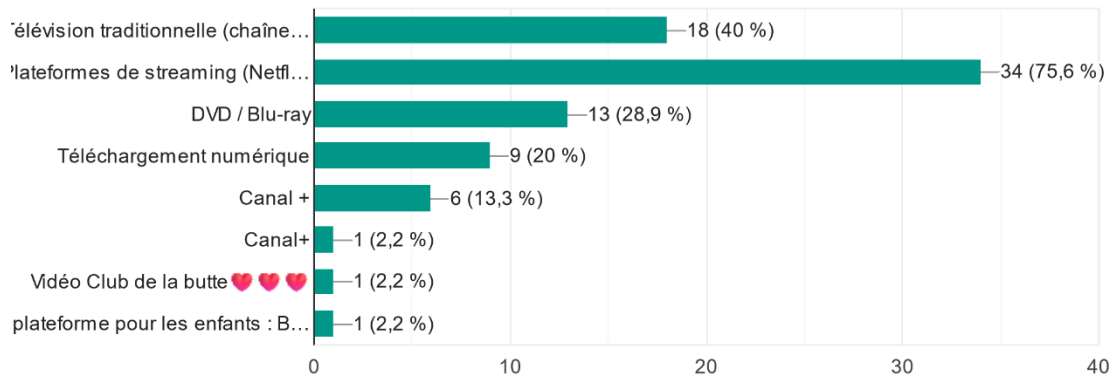
le prix et en VF

le sujet est bien

le son, l'image, l'histoire

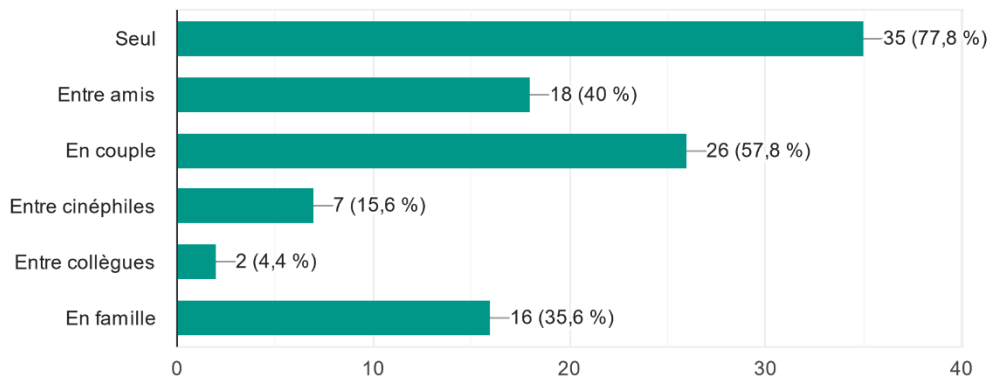
### Quel est votre moyen de diffusion principal pour regarder des films à la maison ?

45 réponses



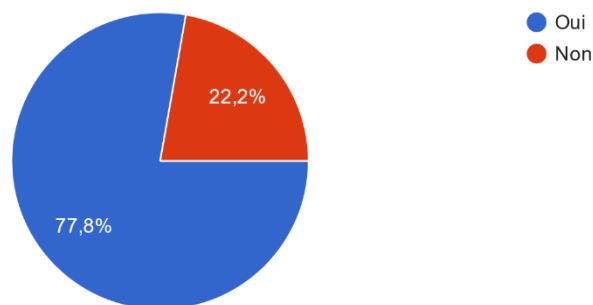
### Préférez-vous regarder des films à la maison avec qui ?

45 réponses



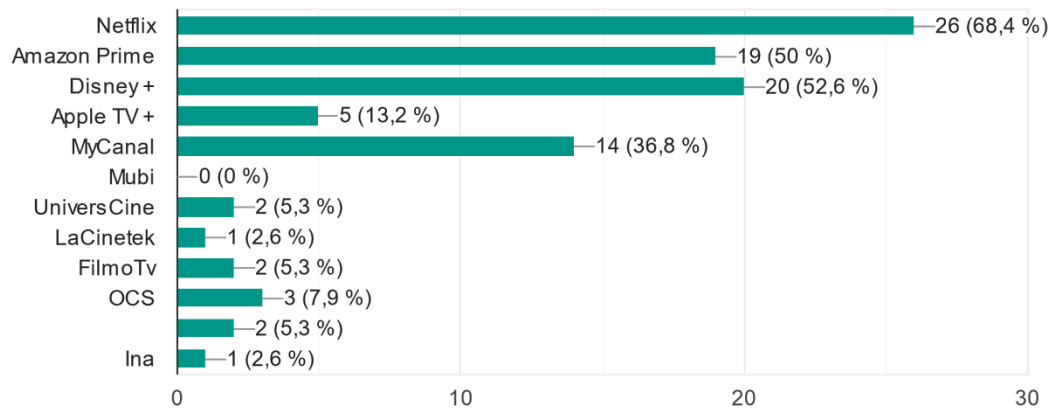
### Possédez-vous également un abonnement à une ou plusieurs plateforme(s) de SVOD?

45 réponses



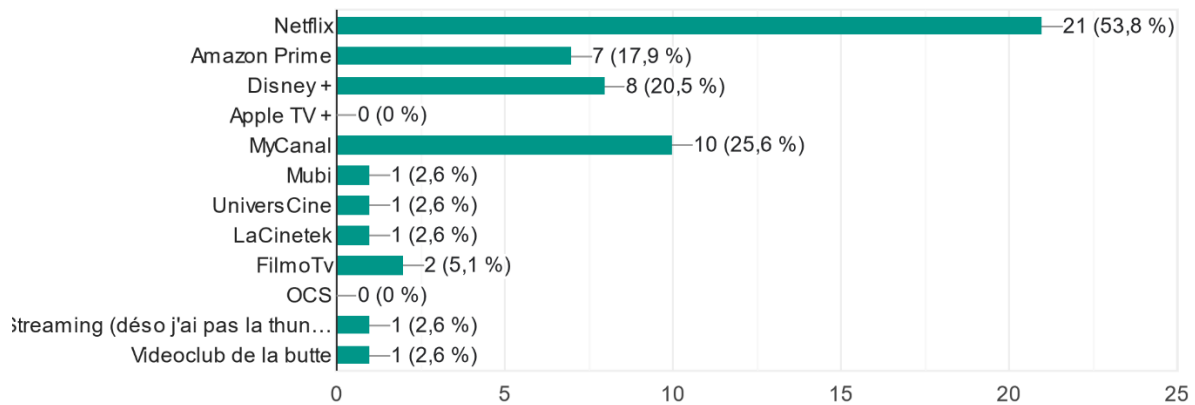
### Si oui, la ou lesquelles ?

38 réponses



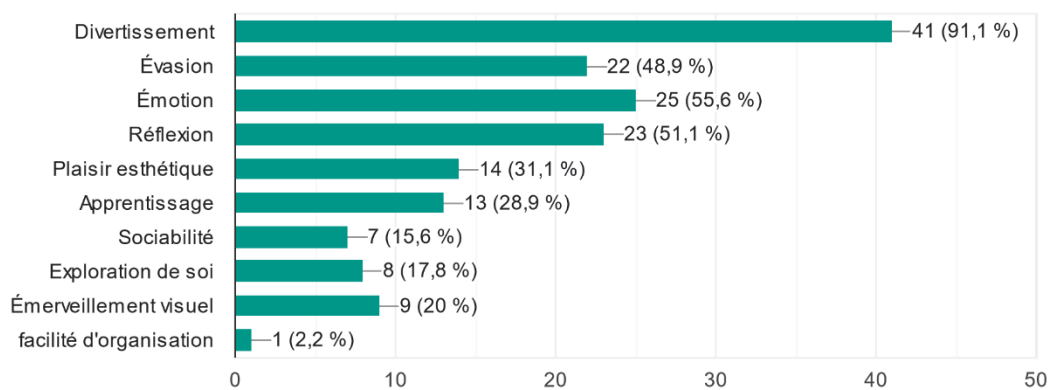
### Sur quelle plateforme regardez-vous le plus de films ?

39 réponses



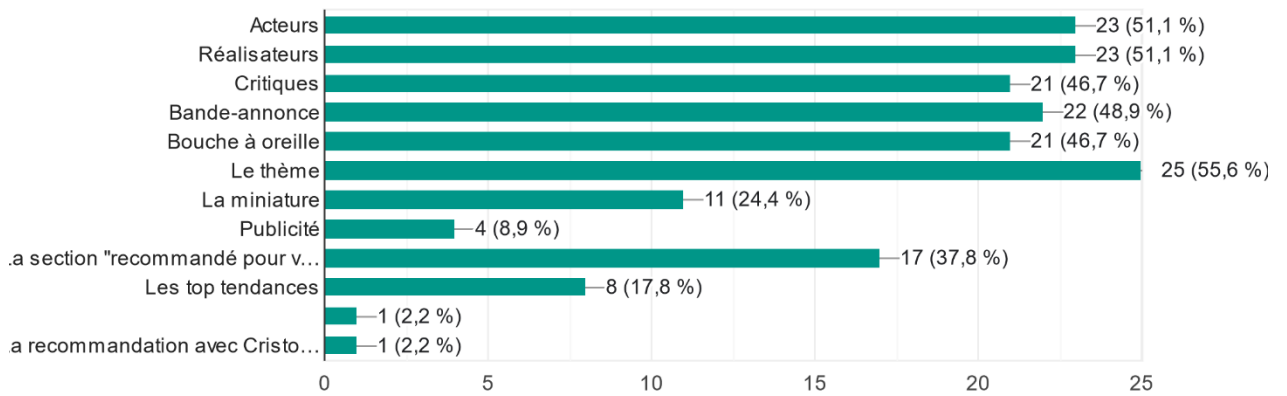
### Que vous apporte une expérience de films à la maison ?

45 réponses



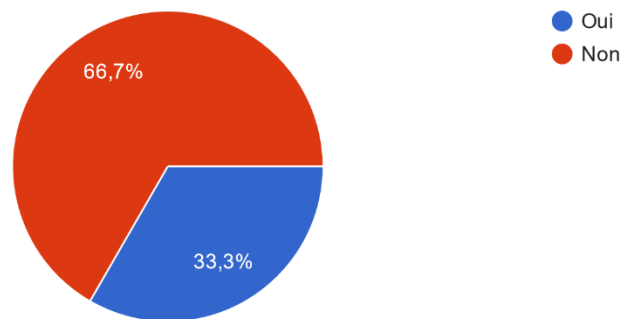
### Quels facteurs influencent votre décision de regarder un film à la maison ?

45 réponses



### Considérez vous que les plateformes ont modifié votre rapport aux films ?

45 réponses



Si oui, pouvez-vous expliquer pourquoi et comment ?

14 réponses

Tout est beaucoup plus accessible de nos écrans sans se déplacer

Celles ci ont rendu plus simple m'ont choix, et m'ont permis de découvrir des choses que je n'aurai probablement jamais regardé si l'on ne me l'avait pas mis sous l'œil

Les plateformes ont démocratisé les séries. Je ne regarde quasi que des séries car le format me convient beaucoup plus qu'un film.

Je regarde des films plus souvent car ils sont plus accessibles.

J'ai tendance à regarder un film plus distraitement sur plateforme, que ce soit en discutant ou en faisant autre chose comme regarder mon téléphone, alors que je ne le fais pas quand je lance un DVD ou vais au cinéma où la démarche est plus volontaire et consciente.

Je me retrouve à regarder plus de films et en plus si j'ai raté un film qui me plaisait au cinéma et qu'il sort par la suite sur une plateforme, je me retrouver à le regarder.

Je regarde moins les films à la télé

Si oui, pouvez-vous expliquer pourquoi et comment ?

14 réponses

Je regarde moins les films à la télé

c'est impossible de voir tous les films qu'on veut au cinéma, par manque de temps. savoir qu'ils sont ensuite disponible sur des plateformes, c'est pratique.

ensuite pour le choix du film, je refuse de regarder un film produit par une plateforme, que ce soit sur la plateforme en question ou au cinéma. l'apparition des plateformes a créé un militantisme du cinéma pour les consommateurs.

Les abonnements à des plateformes me donnent moins envie d'aller au cinéma. J'attends parfois que les films sortent sur plateformes pour les voir.

Je vais me donner moins de moyens d'aller au cinéma qu'avant : « j'attendrai qu'il soit sur Canal »

Un choix quasi illimité, donc en même temps un perte dans le catalogue et un désintérêt pour les films et séries

j'en regarde plus

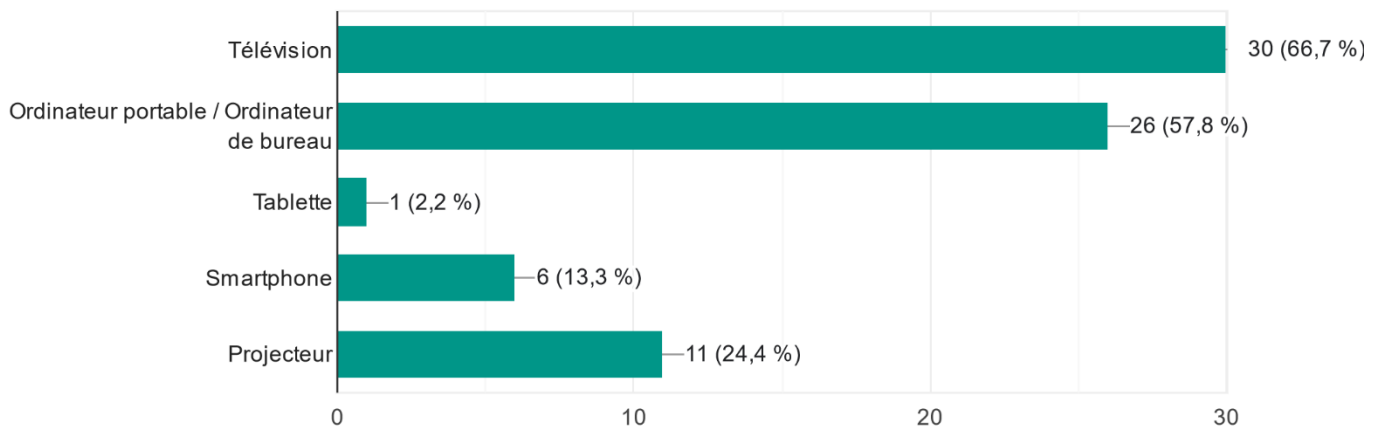
je suis plus exigeante quand je vais au cinéma

j'en découvre plus ça m'aide dans volonté de découvrir des films



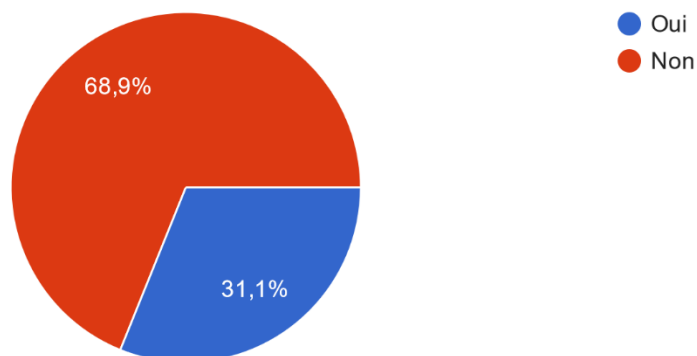
### Quels types d'écrans utilisez-vous principalement pour regarder des films à la maison ?

45 réponses



### Avez-vous investi en équipements techniques pour améliorer votre expérience cinéophile ?

45 réponses



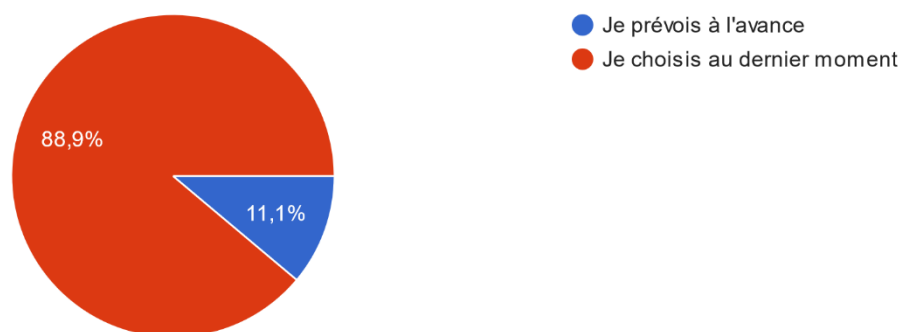
### Si oui quel équipement ?

11 réponses

Home cinéma
Barre de son
Je ne préciserai pas
Projecteur
un vidéoprojecteur
Casque, écran plus grand
Retroprojecteur
Projecteur + enceintes
Enceintes
Home cinema
Lecteur DVD

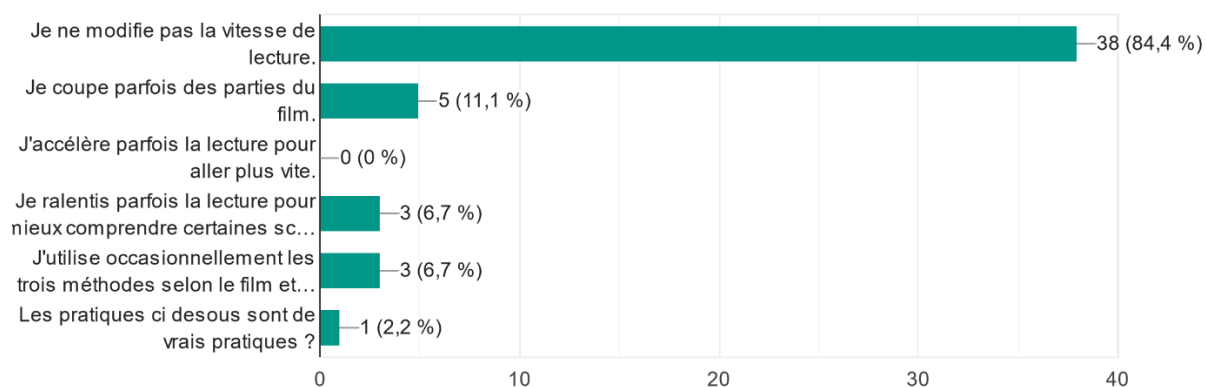
### Prévoyez-vous de regarder un film sur plateforme à l'avance spécifique ou choisissez-vous généralement au dernier moment ?

45 réponses



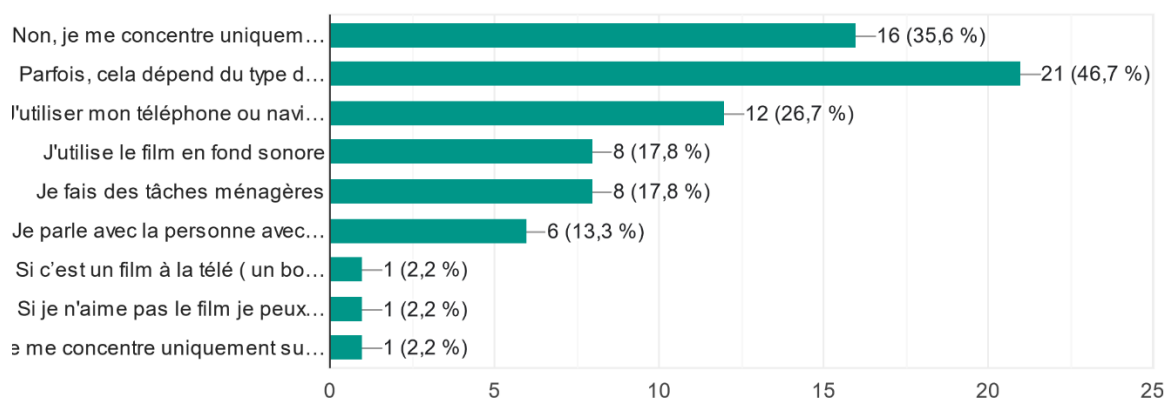
### Lorsque vous regardez des films à la maison, comment ajustez-vous généralement la vitesse de lecture ou la séquence des scènes ?

45 réponses

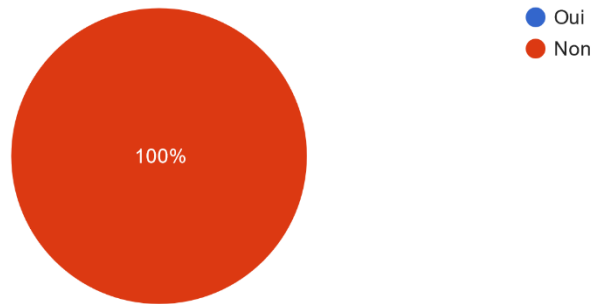


### Faites-vous autre chose lorsque vous regardez un film à la maison ?

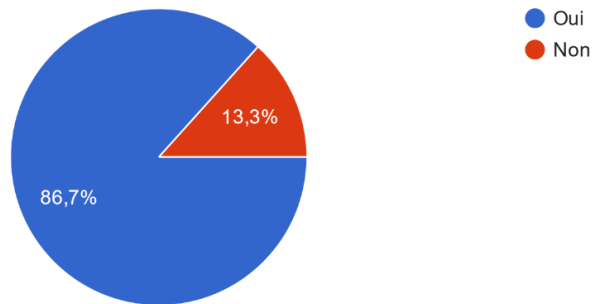
45 réponses



Pratiquez-vous le binge-watching de films ?  
45 réponses



Avez-vous déjà arrêté un film sur une plateforme ?  
45 réponses



Pour vous qu'est ce qu'un film de plateforme ?

17 réponses

.

Objet audiovisuel formaté pour plaire à un plus large public assez consensuel (ex film de Noël)

un film produit par et pour une plateforme (et son public)

ça veut tout et rien dire : il y a autant des films de "cinéma" rediffusés, des créations originales de la plateforme (avec des signatures différentes selon si c'est Netflix, Amazon ou Disney). Donc les critères de jugement sont aussi variés.

un film produit par une plateforme ou un film au scénario typique de ceux qu'on trouve sur les plateformes

Un film visionné via une plateforme (un film peut donc être "de plateforme" à un moment, et "de cinéma" à un autre).

Pas de différence avec un film de cinéma. Mais une idée reçue de film moins qualitatif.

Pour vous qu'est ce qu'un film de plateforme ?

17 réponses

Film qui prend place dans un univers de série, ou proche de l'univers d'une série, qu'on retrouve peut-être moins au cinéma

Ca dépend, mais généralement c'est un film de moins bonne qualité esthétique et plus formaté

un film pas très réfléchi

un film qui est plus divertissant que profond

un film fait pour les plateformes

un film amazon prime, netflix sans recherche, qui répond à un certains schéma

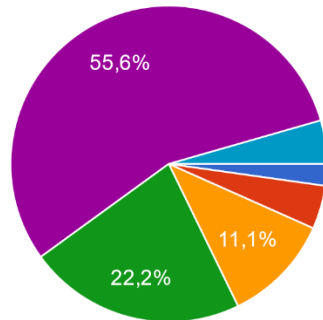
un film sur une plateforme

un film qui a moins de profondeur

qualité pas ouf

### À quelle fréquence utilisez-vous des services de vidéo à la demande (VOD) pour louer ou acheter des films ?

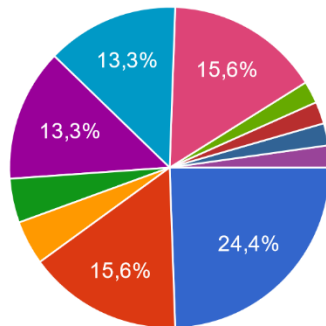
45 réponses



- Je loue ou j'achète des films en VOD plusieurs fois par mois.
- Je le fais occasionnellement, environ une fois par mois.
- Je le fais rarement, une fois tous les quelques mois.
- Je ne le fais pratiquement jamais, seulement quelques fois par an.
- Je n'utilise pas du tout les services de...
- Je n'utilise pas du tout les services de...

### Achetez-vous ou louez-vous des DVD/BluRay ?

45 réponses

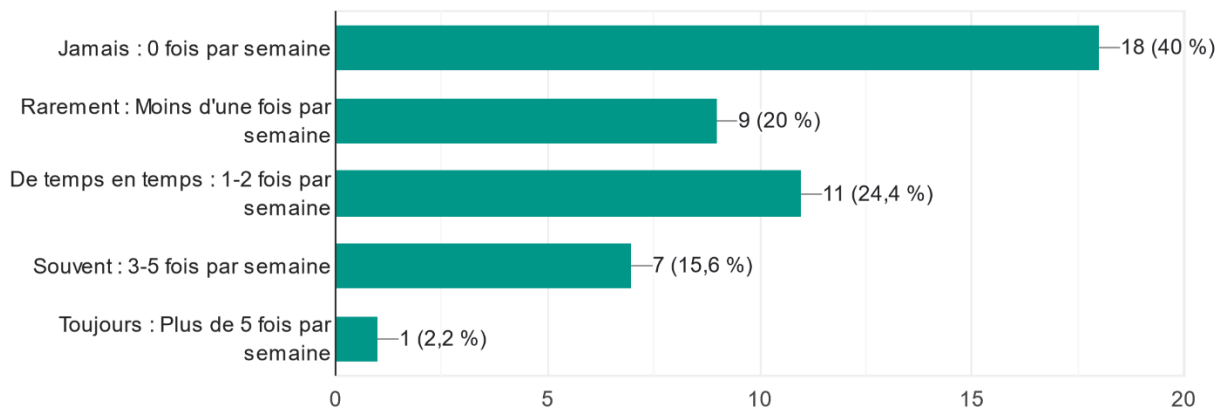


- Je n'ai pas de lecteur DVD
- Oui, j'achète régulièrement des DVD/BluRay
- Oui, je loue occasionnellement des DVD/BluRay
- Oui, j'utilise les services de location de DVD/BluRay
- Non, je ne loue ni n'achète de DVD/BluRay
- Non, je ne regarde plus de DVD/BluRay
- Non, je préfère aller au cinéma
- Oui seulement des films que j'apprécie

▲ 1/2 ▼

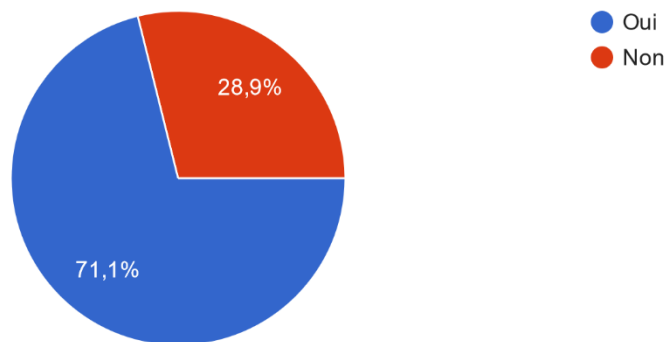
### À quelle fréquence consultez-vous les recommandations personnalisées ou les listes de films populaires sur les plateformes de streaming ?

45 réponses



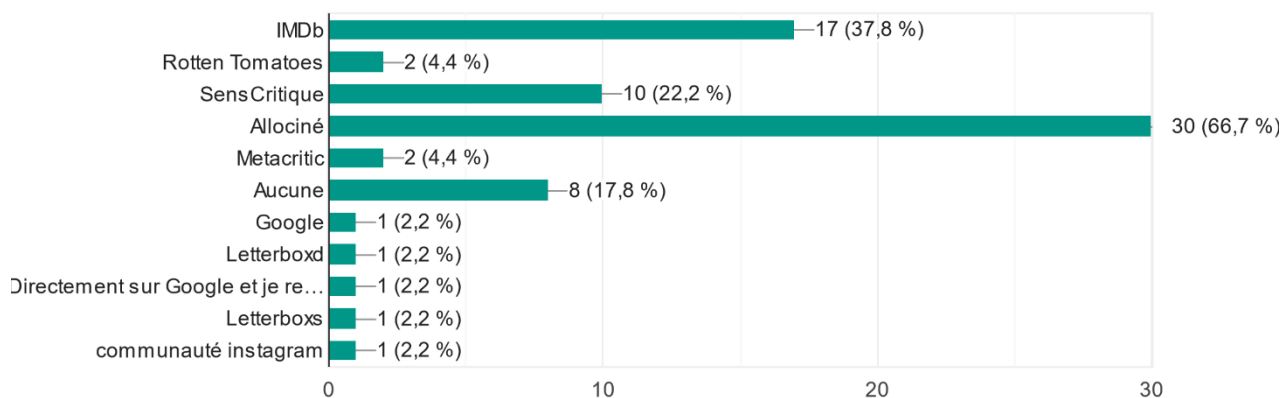
### Etes-vous satisfait de l'algorithme de vos plateformes ?

45 réponses



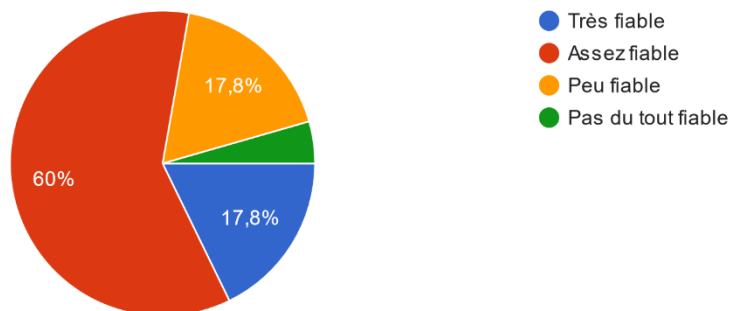
### Sur quelles plateformes en ligne recherchez-vous des informations sur les films ? (Cochez toutes les réponses pertinentes)

45 réponses



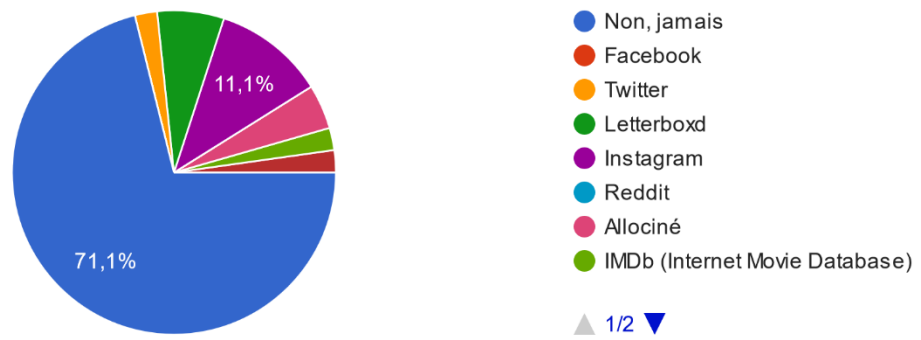
### Comment évaluez-vous la fiabilité des informations que vous trouvez en ligne sur un film ?

45 réponses



### Partagez-vous des avis sur les films que vous avez vu sur les films et sur quelles plateformes ?

45 réponses





## ***Annexe 5 - entretien - Entretien assistante marketing Pathé***

### **Entretien Marielle, assistante marketing chez PATHÉ**

**Émeline : Alors ma première question concerne les plateformes : « selon toi comment font les plateformes type Netflix etc... pour exister et parviennent-elles à rivaliser avec l'expérience cinématographique traditionnelle ?**

Marielle : Pour moi ce n'est pas une question de *rivalisation* à proprement parler. En fait ça va plus être une offre différente. « On vend le même genre de produits mais c'est pas du tout la même façon de les consommer. Ils ne s'adressent pas forcément aux mêmes publics non plus. C'est une nouvelle offre qui vient, pour moi, en complément de l'offre qu'on a toujours connue, qui est la salle de cinéma, dans le sens où on va avoir une diversité de programme qui est plus importante ». Il y a des programmes qui ne passeraient pas du tout dans une salle de cinéma donc ça permet d'avoir une nouvelle existence de programmes, une nouvelle production, et également de s'adresser à des publics différents qui, de toute façon, n'allaient pas au cinéma ou qui vont au cinéma et vont compléter leur programme par de la plateforme. Donc pour moi ça n'est pas une question de rivalité à proprement parler mais il est vrai que depuis l'essor des plateformes ces dernières années, il y a une divergence entre ce qu'on a connu dans la fréquentation des salles par rapport à avant. Pour moi il ne faut pas les voir comme une ennemie du cinéma parce que ça reste du cinéma. Déjà il faut être clair avec le fait que dans le cinéma il y a les productions donc les films larges du cinéma et il y a la salle de cinéma. En France, j'avoue qu'on a les 2 mots pour la même chose, enfin, le même mot, pour 2 choses différentes, c'est un peu confusant. Ça fait prendre des raccourcis pour parler de la même chose alors que ce n'est pas la même chose. Ça a un impact sur la fréquentation en salle de cinéma mais ça reste du cinéma, c'est une manière de compléter l'offre et d'étendre un peu le champ des possibles.

**Émeline : D'accord, et comment as-tu vu, enfin as constaté qu'il y avait une baisse de fréquentation dans le cinéma ?**

Marielle : Oui, elle n'est pas due uniquement aux plateformes. Il y a une multitude de raisons à ça. Il y a l'inflation, le pouvoir d'achat en baisse ainsi qu'une revalorisation du budget que le public met dans la culture et dans le loisir donc le cinéma est peut-être moins important

qu'avant. Il y a aussi la hausse des prix due d'une part par l'inflation et d'autre part à l'amélioration de la qualité des services et de l'expérience de cinéma en tant que tel, comme dans certaines salles et certains gros circuits tel que Pathé par exemple. De plus on peut observer que les habitudes du quotidien changent. On a connu la crise sanitaire qui a eu un gros impact sur les habitudes des gens. Ils ont complètement changé leurs habitudes par rapport à leur fréquentation en salle de cinéma. Donc il y a effectivement une baisse qui est moins importante qu'à la sortie du covid. Maintenant on commence à rattraper un peu le chiffre qu'on avait avant ce n'est donc pas si catastrophique. Le public change et il change plus souvent qu'avant, donc il est assez difficile de voir comment le marché évolue, d'avoir une constante et de pouvoir réagir face à cela. En fait, ça reste du, comment dire, à un public vivant donc c'est une variable qui change tout le temps et c'est hyper intéressant à analyser mais parfois c'est complexe.

**Émeline : Je ne sais pas depuis combien de temps tu es dans ce secteur, mais quelles stratégies avez-vous mises en place dans le cinéma pour s'vous adapter à l'après covid. Est-ce que vous avez mis en place d'autres stratégies de communication, de marketing ? Privilégier plus certains réseaux sociaux que d'autres ? Par exemple, dans mes recherches, j'ai vu que LETTERBOXD, chez les cinéphiles, est très important., Est-ce que vous avez plus misé, pour attirer plus de personnes, sur la notion d'acteur influenceur comme Pierre Niney qui est, je trouve, est un acteur influenceur parce qu'il met aussi bien les photos de ses chats que des photos promotionnelles sur son site ?**

Marielle : Je n'étais pas encore dans le secteur avant la covid. J'étais en train de terminer mes études donc je suis arrivée après. J'ai commencé en 2022, c'est vraiment tout frais, mais c'est sûr qu'il y a des choses qui ont changées. Maintenant de là à avoir une stratégie complète ou précise sur des acteurs qui changent depuis la covid, c'est assez compliqué. Je pense qu'il y a surtout une évolution des consciences, une évolution du budget qui est alloué au cinéma. Il y a plusieurs actions possibles en termes de stratégie marketing, je pense surtout au digital qui prend une part hyper importante dans à peu près tous les milieux, tous les secteurs et qui touche tous les publics depuis ces dernières années. C'est vrai qu'on a est dans un genre de virage où on se dit, maintenant il faut vraiment axer sur le digital et pas le laisser de côté. On peut aussi se questionner sur l'efficacité par exemple de l'affichage. A Paris on a beaucoup d'affichage et même s'il y en a partout en France c'est vrai que c'est quand-même un procédé très parisien. Je pense aux colonnes Maurice, au DOH, au métro, enfin bref, partout tu vois des affiches de cinéma, partout tu vois de la pub. Ce sont des stratégies qui coûtent très chères, qui sont traditionnellement aimées du cinéma parce que ça fait très longtemps que ça a été mis en place.

Ce sont des choses qu'on ne peut pas vraiment quantifier en termes d'impression. L'impression, ça veut dire le nombre de personnes que ça va toucher et qui n'est absolument pas quantifiable. Dans la rue tu ne peux pas savoir qui va voir l'affiche, qui va donner de l'importance à ce qu'il regarde sur l'affiche, qui va retenir les informations qu'il y a dessus et ce qui va débloquent l'achat d'un billet. C'est cela qu'on cherche à débloquent en tant que distributeurs en tant que marketing. Donc quand tu as une affiche dans la rue et que tu paies une campagne d'affichage, qu'est-ce qui te prouve ou qu'est-ce qui t'assure en ayant payé cette campagne d'affichage que ça va débloquent derrière, chez les gens, un achat de billet pour aller voir le film ? En vrai c'est inquantifiable et très compliqué. C'est pour ça qu'on se questionne beaucoup en ce moment sur ce sujet- Ce n'est pas le seul, mais pour te donner un exemple, dans le digital, qui est encore quelque chose de nouveau on peut absolument tout tracer, tout quantifier, tout chiffrer. Ça demande énormément de temps d'analyse, ça demande vraiment de grosses compétences, de connaissance de marché, etc... Il y a beaucoup de gens qui sont en apprentissage et c'est hyper intéressant à suivre. Par exemple tu vas avoir un spot de 6 secondes que tu balances sur les réseaux sociaux de ta société de distributeur, tu vas savoir combien de gens sont touchés donc l'impression et tu vas aussi (avoir ?) ce qu'on appelle le ritch, le taux de complétion, c'est-à-dire, par exemple sur les gens que tu as touchés, combien sont allés jusqu'au bout ou combien se sont arrêtés à 3 secondes de visionnage par exemple ? En fait, ça va te donner énormément de clés sur l'intérêt du contenu par quelle cible il a été particulièrement apprécié, est-il percutant, pertinent aussi ? Ensuite ça va te permettre de pouvoir réajuster tout le reste de ta campagne. Mais je pense que c'est un moyen qui n'est pas propre au cinéma et tu vas avoir beaucoup de marques qui vont adopter ces mêmes nouveaux canaux de communication. Finalement, je pense que c'est plus pour s'adapter par rapport à ce qu'on a aujourd'hui et par rapport à ce qu'est le public aujourd'hui. Maintenant de là à avoir une stratégie à proprement parler par rapport à ce qui était avant, je ne connais pas assez ce qui se passait pour pouvoir te faire une comparaison précise.

**Émeline : Lors de mes recherches, j'avais l'impression qu'on misait vraiment sur des acteurs sympathiques. Avant on était plus sur des acteurs comme par exemple Isabelle Hupert qui incarne la classe etc... Maintenant on est plus sur des Leïla Bekhti, Jonathan Cohen, acteurs qui pourraient être, comment dire, des acteurs qui ont un aspect avenant pour nous faire aller au cinéma.**

Marielle : Après ça dépend. Il a toujours été plus ou moins prouvé par les chiffres que quand tu as un film avec un casting connu et apprécié des gens, tu vas normalement faire plus d'entrées. Parce que les gens aiment bien cet acteur ou cette actrice, ils ont envie de le voir jouer un drame, une comédie ou tout ce que tu veux. Au-delà du film, pour attirer les gens, tu as un grand nombre de choses qui rentrent en compte, la communication, la publicité, l'affiche, la bande-annonce, les musiques, les acteurs évidemment, le réalisateur et puis le pitch du film. En fait les gens vont aller picorer ce qui leur plaît le plus et vont aller voir le film pour les raisons qui les intéressent vraiment. Maintenant, effectivement, on a des acteurs aujourd'hui en France qui sont très proches de leur communauté parce qu'ils ont cette aptitude à connaître et à bien gérer leurs réseaux sociaux. Ils savent vraiment s'exprimer et ils ont adopté ce langage du digital. Si on reprend l'exemple d'Isabelle Huppert, ça ne va pas être la même chose. Isabelle Huppert, on va plus la voir en festival, ou sur des plateaux télé, qui ont une cible, un auditoire différent par rapport aux réseaux sociaux. Donc en fait, c'est aussi au distributeur de connaître ses acteurs, de connaître leurs communautés etc... pour savoir par quel biais il va l'activer. Ça passe effectivement beaucoup par les réseaux sociaux quand il s'agit d'acteurs un peu cool comme Jonathan Cohen, Noémie Merlant, tous ces nouveaux acteurs, -là Après on ne va pas forcément faire un film en se disant «on prend Pierre Niney parce qu'il est trop fort sur les réseaux sociaux». C'est une des raisons pour lesquelles il peut être casté, mais à la base, ça reste quand-même la décision des producteurs, des directeurs de castings et du réalisateur aussi, de savoir pourquoi ils ont eu envie d'avoir cet acteur ou cette actrice-là pour ce rôle-là. Qu'est-ce qu'il va pouvoir amener au rôle et par la suite leurs servir ? C'est vrai qu'il y a des acteurs qui d'ordinaire participent ou pas à la communication, mais, il faut faire la promotion du film, qui normalement, est inscrite dans tous leurs contrats. Ils doivent participer, mais il y en a toujours qui aiment plus ou moins faire telle ou telle émission radio, ou que sais-je. Donc forcément, on sait que, quand on va avoir un Vincent Cassel ou un François Civil, on ne va pas avoir la même résonance par rapport au film, tu vois ? Je ne sais pas si ça répond à une partie de tes questions.

**Émeline : Si, si ça va m'aider pour une partie de mon mémoire qui est la recommandation filmique. J'aimerais également parler avec toi de la chronologie des médias parce qu'elle a été refaite récemment. Est-ce que tu penses que sa refonte est adaptée au secteur actuellement ? Parce que Je sais que les plateformes voudraient encore la refaire une nouvelle fois parce qu'ils estiment qu'ils sont perdants, mais est-ce que vous, dans le cinéma, vous estimez que ça vous va ? Est-ce que ça a déjà changé quelque chose ?**

Marielle : Oui, ça change quelque chose, mais pas forcément pour nous. En tant que distributeur on veut avant tout faire venir des gens en salle de cinéma, donc on est le premier maillon sur un film. Il n'y a rien avant nous qui peut montrer le film ou qui peut l'exploiter etc... En étant premier, notre objectif, c'est de faire venir un maximum de gens à ce moment-là. Une fois que le film est passé, on va avoir d'autres facteurs qui vont rentrer en ligne de compte comme les achats de première fenêtre, qui, se négocient au moment du financement du film. La plupart du temps c'est pour savoir quelle plateforme va l'avoir en premier et en exclusivité puis ensuite ça va être pour d'autres plateformes, puis la télé, puis de nouveau des plateformes etc... Entre temps, il y a eu la sortie du DVD Blu-ray par exemple. En fait, si tu veux, je pense que c'est plus délicat pour d'autres personnes que pour les distributeurs et les producteurs également, dans le sens où on cherche à rentabiliser notre film. La SVOD et les plateformes par exemple, nous servent totalement parce que ce sont des films qui vont être achetés par la plateforme pour une durée limitée, pour une diffusion définie à un prix qui varie en fonction du marché en salle. S'il a déjà été montré ailleurs, s'il a performé sur tel ou tel autre sujet le prix va varier mais sur ce prix d'achat, on va avoir une commission qui nous est reversée en tant que distributeur à hauteur je, crois, de 20 ou 30%, à vérifier. Ça va faire une rentrée d'argent qui va rentabiliser le film. Les bénéfices du film vont enrichir le distributeur, le producteur et les acteurs évidemment. Mais en France de toute façon, peu importe la manière dont ça va se passer, il y aura forcément des gens qui vont être contents et des gens qui ne le seront pas. Personne ne sera jamais pleinement satisfait. Ce sont des sujets qui sont importants, il faut les revoir fréquemment parce que le marché change, et se développe très vite dans le numérique. Tout va hyper vite et c'est surtout un problème de temps pour la mise en place, les décisions, les moments où on va en parler, savoir si on va remodeler, si on va refaire par rapport au marché. Quand on va commencer à dire « OK, on se pose la question et on réfléchit différemment pour faire une nouvelle chronologie », entre ce moment-là, qui est le moment 0 et le moment où on va réussir à se mettre d'accord sur une nouvelle chronologie, elle est déjà passée. Parce que le numérique a changé, parce que la salle a mis en place d'autres choses, parce qu'il y a eu je ne sais quelle crise sociale dans le pays font que les gens n'ont plus envie d'aller au cinéma. Une nouvelle chronologie des médias, ça prend trop de temps à faire et ils se seront complètement tournés vers autre chose. Cette chronologie doit s'adapter tout le temps et pour moi, le problème, c'est qu'on met trop de temps à changer, on veut trop laisser ancrer dans le marbre des règles qui au final, devraient être un peu plus souples, fluides.

**Émeline : Je crois que je t'ai déjà posé la question mais est-ce que pour toi il y a une différence entre regarder un film au cinéma et regarder un film à la maison sur Netflix ?**

Marielle : Totalement. Il y a une grosse différence, incomparable. Quand tu vas au cinéma, tu as dans l'idée que tu ne veux pas forcément vivre une expérience mais que tu veux te mettre dans la situation où tu es dans une salle où il n'y a que le bruit du public a de lumière, tu as un écran géant et tu as un gros son. Tu es immergé comme englobé par le cinéma et tu regardes ton film. Avec le temps du film qui se rallonge à cause du temps des annonces, etc... pendant au moins 2h, 2h et demie, tu ne vas pas bouger, ne vas pas parler, ne vas pas regarder ton téléphone, tu ne vas pas penser à autre chose sauf si le film est nul évidemment. -Tu n'as qu'une chose à faire c'est regarder le film et le laisser te toucher. Par contre chez toi, tu es dans ton univers donc c'est toi qui englobes le film. Tu as une inversion des rapports, tu regardes le film qui joue plus un rôle de divertissement qu'un rôle de découverte, d'immersion dans ce qu'un auteur ou dans ce qu'un scénariste ou un réalisateur ont voulu nous donner, nous transmettre. Quand tu es sur Netflix ou n'importe quelle autre plateforme, tu peux regarder parce que tu en as entendu parler, ça a l'air sympa, tu as du temps à tuer, tu veux t'endormir avec un petit son ou faire ta vaisselle en même temps. En fait, tu n'as pas du tout la même énergie. Tu es dans ton mood sur ton canapé. Ce n'est pas pareil, tu peux faire pause pour aller aux toilettes, pour aller te faire un thé, manger quelque chose, si on t'appelle, tu peux décrocher. Quand on t'appelle au cinéma tu ne décroches pas. En fait tu as un rapport avec ton contenu qui est complètement différent et donc, pour moi tu ne recherches pas les mêmes choses quand tu fais l'un ou l'autre.

**Émeline : OK, c'est très intéressant. Film de cinéma tu m'as répondu., Ah oui, est-ce que tu as pu repérer certains rituels sociaux liés au cinéma, dans le sens où, suivant les films les gens y vont majoritairement en famille, en groupe, en couple, entre amis ? Je suppose que c'est vraiment propre à chaque film ?**

Marielle : C'est propre à chaque film. Justement, c'est très intéressant de soulever cette question, parce que nous, en tant que distributeur, on ne va pas avoir la même stratégie non plus devant les films. On sait qu'un film familial va déclencher tout de suite 2, 3, 4, 5 billets parce que tu as un parent plus ses 2/3 enfants ou les 2 parents, toute la famille y va, ou la grand-mère vient aussi etc... Forcément quand tu arrives à convaincre une personne de cette famille-là généralement tu as toute la famille qui achète un billet. Je grossis vraiment le trait mais c'est

pour te dire que tu as ça sur les films familiaux comme Kung-fu Panda qui passe en ce moment au cinéma. D'un autre côté, tu as des films qui sont plus d'auteurs, qui sont plus sur une cible parisienne par exemple Là tu vas déclencher l'achat d'1 billet parce que tu y vas tout seul si tu es cinéphile ou en couple ou alors entre amis. Ce n'est pas du tout la même stratégie et c'est aussi pour ça que tous les films n'ont pas du tout le même budget de production. Ils ne sont pas sur le même pied d'égalité en fait. Si tu sors un nombre de copies égales, un nombre de séances égales sur la France entière, un film familial ne fera pas les mêmes entrées et qu'un film d'auteur. Un film d'auteur, tu ne vas le pas voir en famille, car les petits ne sont pas forcément intéressés Ce sont généralement des films un peu plus pointus.

**Émeline : Réfléchi, psychologique.**

Marielle : Oui, c'est ça, tu vas avoir de la réflexion, ce petit truc de plus artistique, de remise en question, etc. Autour d'un sujet. Sur le film familial ça restera purement du divertissement et parlera à tout le monde En ce qui concerne les rituels, ça dépend des gens, du film, de beaucoup de choses Par exemple, hier soir, je suis allée voir Fall Guy aux Halles. Devant moi, il y avait un rang entier, donc 15 personnes, venus en groupe pour le voir et je me suis dit, ils sont forts d'avoir réussi à trouver l'emploi du temps qui match avec eux 15. Moi je suis allée le voir toute seule parce que je voulais y aller avec 2 amis mais au final ça n'a pas été possible. Tu vois tu as une grande disparité entre les gens sur un film où tout est possible finalement. Mais je me suis aussi fait la réflexion que si c'était sorti sur Netflix, ça m'étonnerait que les 15 amis se soient mis dans un appart pour regarder le film en même temps. Ils auraient réfléchi de leur côté, ils en auraient parlé ensemble. Au final tu aurais eu plus de vu, parce que chacun le regarde et il est comptabilisé comme une vue pour chaque. Mais s'ils sont dans le même appart c'est comptabilisé comme une vue. Ce n'est pas le même rapport en termes de partage car ce n'est pas la même chose de se dire on y va à 15 et on le voit tous en même temps et on s'en parle ou on passe une soirée ensemble après, on le regarde le soir et on en parle le lendemain.

**Émeline : Il existe des séances de cinéma avec des rencontres avec les réalisateurs ou parfois certains acteurs. Est-ce que dans ton expérience, tu estimes que ce sont ces séances qui rapprochent, qui fonctionnent le mieux pour le lancement d'un film ? Cet aspect collectif ? Cet aspect échange ?**

Marielle : Je pense qu'il faut séparer 2 choses parce qu'il y a les rencontres « réalisateurs » et les rencontres « « acteurs ». C'est ce que fait beaucoup Pathé en ce moment, je dis Pathé parce que j'ai un exemple très précis en tête sur Viggo MORTENSEN qui est venu présenter son film il y a 2/3 semaines au Pathé WEPLER. Et Donc c'est une projection du film suivi d'un moment d'échange avec le réalisateur, d'une quarantaine de minutes voire une petite heure. Dans un premier temps, il va y avoir une personne en charge de la modération et des questions à poser. Puis après il y a des questions ouvertes au public directement avec le réalisateur. Ce sont des moments hyper privilégiés mais généralement quand on fait venir des équipes de film, un réalisateur qui parfois n'est pas français et qui doit faire un voyage pour venir. On ne va peut pas le faire dans toutes les salles de France. Ce n'est pas possible pour des raisons de budget, pour des raisons de fatigue, des raisons de différentes choses qui font que ça reste un moment très privilégié, très parisien. Il ne fonctionnerait pas forcément dans une petite salle avec un public peu réactif ou qui ne va pas voir ce genre de film. Donc il y a cet échange, d'un côté qui crée du lien, du bouche-à-oreille aussi, d'entendre dire « ah hier j'ai vu le film en avant-première, il y a eu un dialogue avec le réalisateur. C'était trop bien, il était super drôle » D'un autre côté, plus égalitaire par rapport au territoire national, ce sont les tournées, qui sont planifiées par les distributeurs. Sur des dates disponibles, on va organiser des séances avec l'équipe du film qui intervient soit en avant séance, soit en après séance pour discuter autour du film, pour le présenter. Là aussi, il y a cette relation d'interactivité avec le public. Entre le coût du budget, la taille du film la disponibilité de l'équipe aussi, ça va représenter, environ une vingtaine de dates à travers la France. Elles s'étalent souvent sur 1 ou 2 mois car c'est tout un circuit où tu es loin de chez toi pendant longtemps donc pas forcément facile à faire sur tous les films. Effectivement tu vas avoir de la cohésion avec le public en lui donnant la possibilité de voir dès qu'il admire, des acteurs ou des réalisateurs dont ils fan, où il pourra les voir, les entendre parler et parler avec eux Souvent, tu as des équipes de film qui prennent du temps pour faire des photos à l'issue de l'échange et là tu vas vraiment créer du lien. Tu vas briser le 4<sup>e</sup> mur en rendant rendre les acteurs vrais, tu vas les sortir des écrans dans lesquels tu as l'habitude de les voir et les rendre concrets. Ce sont des échanges très appréciés par le public et les exploitants des salles de cinéma Il y a ce côté d'une image de prestige. Ce n'est pas ce que j'aime le plus mais c'est un peu vrai quand-même quand tu te dis on va ramener une star de cinéma, on va pouvoir parler avec lui et c'est trop bien. Malgré tout, ça s'adresse quand-même à un public qui n'est pas complètement random car il faut être au courant de la date il faut aimer la personne et avoir un intérêt à aller la voir en vrai. Il y a des gens qui se moquent complètement que, par exemple, Guillaume CANET passe dans leur cinéma, ça ne s'adresse pas à tout le



monde, Ce sont des moments clés mais en même temps, c'est déjà un public qui serait allé voir le film de toute façon.

**Émeline : Oui, c'est un plus.**

Marielle : Voilà, c'est un plus. C'est toujours sympa parce que tu te dis, dans le marketing aujourd'hui peu importe le secteur, tu cherches à événementialiser et rendre l'expérience unique aux yeux des gens. Quand tu as un moment, où tu te trouves dans une salle avec 700 personnes qui vivent le même moment que toi ce n'est donc pas un moment unique, mais c'est une séance multiplier par mille. Quand le film n'est pas encore sorti que tu le découvres avant le grand public, que tu vois l'acteur ou le réalisateur, que tu as des échanges avec eux qui ne seront pas forcément retranscrits ailleurs, parce que ta question, ne va pas être la même que celle que Laurent DELAHOUSSE va poser sur un plateau télé par exemple, tu vas avoir des échanges qui n'appartiennent qu'à toi et aux gens qui étaient dans la salle et ça c'est très important. Maintenant, c'est aussi plus pour entretenir ce côté un peu paillettes et proche des gens que de leurs donner des moments un peu plus décontractés.

**Émeline : Tu ne trouves pas, avec les avancées technologiques, les différents effets, et les salles IMAX par exemple qu'en quelque sorte le cinéma se rapproche du spectacle vivant ?**

Marielle : Spectacle vivant, je ne pense pas, ce n'est pas le premier mot auquel j'aurais songé mais je pense que ça fait partie justement de tout ce qui est dans ce que tu m'as envoyé hier où il y avait une de tes questions « comment le cinéma peut se démarquer encore plus des plateformes ? » En vrai c'est un peu la même offre qui est proposée, l'IMAX, du CGR (EYE IMMERSIF ou ICE IMMERCIVE) ou des éléments comme ça, qui pour le moment n'appartiennent qu'au cinéma. Ce n'est pas possible de les reproduire chez toi sauf si tu possèdes un très bon équipement mais cela ne qu'une toute petite part des consommateurs. C'est encore pour ça que le cinéma reste utile, reste apprécié et qu'il reste unique. Quand tu vas aller voir un super film avec de la 4DX, un son d'HOLBY DIGIATL ou un son d'HOLBYATMOST, tu vas aller le voir en LASERMAX Grâce à ces technologies, pour voir le film à son prime, tu ne pourras jamais le voir aussi beau, aussi fort qu'à ce moment-là. Exemple : avatar, il fait partie des films qui sont tellement immenses, tellement exceptionnels et tellement révolutionnaires pour le monde du cinéma que là franchement, les gens se disent «

là c'est un film de 3 heures, c'est un film qui est magnifique donc bien-sûr que je vais aller le voir sur une image qui est magnifique sur un écran qui est super géant dans une salle hyper agréable. C'est 20 euros la place mais ils sont dans des salles premium. En fait ça peut performer sur des gros films parce que c'est justifié. Maintenant, ce n'est absolument pas dégradant ce que je vais dire mais c'est vraiment réel, si tu as Camping qui repasse au cinéma, par exemple, avec Franck DUBOSC, je ne vois pas honnêtement qui va payer une place premium à 20 euros pour y aller, c'est faisable, mais c'est juste que ça ne s'y prête pas, Pour revenir à ta question de base, le cinéma doit quand-même avoir une différence et se démarquer de la plateforme qui l'a rattrapé. Avant quand on téléchargeait légalement des films où qu'on les regardait en streaming, tu avais des résultats avec une résolution immonde, pixelisée, un son qui était mal doublé, qui était même parfois désynchronisé de la vidéo, c'était juste affreux. Pourtant on regardait tout ça. Maintenant, c'est juste trop beau en fait, tu es sur ton écran d'ordinateur, tu as un bon son, si en plus tu te mets une barre de son, c'est magnifique. Si tu as un projecteur c'est encore mieux, tu peux regarder un film en 4K, c'est juste exceptionnel. En fait la plateforme est arrivée au même niveau que ce que la télé avait fait avant, elle a réussi à ramener le cinéma à la maison. Maintenant que le cinéma, est disponible et à l'extérieur et à la maison, il s'agit pour l'industrie du cinéma et les salles d'innover à nouveau pour reprendre une longueur d'avance pour recréer ce côté unique que tu ne peux pas reproduire chez toi. Donc ça passe par ces salles premium par des moments privilégiés avec les acteurs et les réalisateurs, par des nouvelles technologies. Meilleur écran, meilleur son, meilleur tout ce que tu veux, c'est par des choses comme ça qu'on va garder l'authenticité et l'utilité forte de la salle de cinéma. Si demain Apple, par exemple, invente un nouveau mac qui est capable de créer de la 3D et des effets de profondeur tout ce qui est 4DX 3D immersive tu l'auras aussi chez toi et il va falloir toujours aller plus loin. C'est une course au progrès technologique qui est vraiment intéressante mais qui coûte cher, qui demande du temps et qui fait peur.

**Émeline : Tu as répondu à ma dernière question. Par rapport au prix de l'IMAX est-ce que pour toi, au vu de l'inflation, il y a quand-même des personnes qui répondent à cette offre-là ?**

Marielle : Oui, oui complètement. Je n'ai pas les chiffres, j'avoue parce que c'est plus du domaine des ventes, de la programmation et surtout des exploitants. Quand tu vois un circuit comme Pathé qui cherche justement à faire de l'expérience cinéma un produit de luxe qui cherche à upgrader ses salles dans le confort, dans le service, dans la proposition de friandises,

et la confiserie tu te dis que forcément ça marche parce qu'ils augmentent petit à petit la tarification ainsi que leurs services. Ils ont ouvert Pathé Parnasse, Pathé Palace va ouvrir ses portes cet été normalement. Ce sont des salles plutôt incroyables. S'ils continuent dans ce sens, ça veut dire ils s'y retrouvent. Comme c'est nouveau, ça met toujours du temps, en France on n'aime pas trop la nouveauté. On est toujours un peu en step-back du, c'était mieux avant, je ne touche pas à ça, je n'ai pas envie de connaître. Ça met du temps avant que les gens soient curieux, y aillent et au final soient convaincus et se disent en fait c'est trop bien. Pour l'instant, ils se sont faits décriés parce qu'évidemment, payer ta place 20 euros et être dans un fauteuil confort ++ alors que tu as ton canapé génial chez toi, les gens n'étaient pas forcément d'accord avec ce principe. Maintenant de ce que j'en vois, le cinéma fonctionne quand-même bien. S'ils continuent à développer ça, c'est qu'ils s'y retrouvent et que les gens ont trouvé une nouvelle proposition finalement. Les salles, de plus en plus, passent à la numérotation de sièges donc quand tu réserves ta place, tu réserves ton emplacement. Tu as des questions pour voir si ce serait bien de mettre en place une tarification différente selon l'emplacement que tu choisis dans la salle, à savoir mettre en place cette idée du carré or qu'on a dans une salle de théâtre ou une salle de concert Pour l'instant, ce n'est pas applicable pour l'économie du cinéma mais ça reste en suspens. Est-ce qu'on tend vers ça ? Est-ce que les gens vont être d'accord pour avoir des places moins chères mais où tu es moins bien placé ? Par exemple, si tu as un son en ENDO ALMOST qui te vient de face, de gauche et de droite, si tu te mets à gauche tu as un décalage et ça dénature un peu l'œuvre. Finalement, ce sont des grandes questions de se demander qu'est-ce qu'on fait de la salle aujourd'hui ? Comment peut-on l'améliorer ? Comment peut-on la repenser pour lui donner un nouveau coup de fouet et ramener de la nouveauté aux yeux du public.

### **Émeline : Peut-on parler de la logique ATAWAD ?**

Marielle : Ce n'est pas inintéressant. Ça revient sur ce qu'on se disait tout à l'heure. Quand tu regardes un film dans une salle de cinéma, tu es posée pendant 2/3 heures à ne rien faire d'autre. Là tu peux très bien décrocher, tu es dans le métro, tu as 2 stations pour regarder un demi épisode, tu es content, tu mets sur pause, tu reprends le soir quand tu rentres chez toi, en fait tu consommes. C'est là que ça devient intéressant à d'étudier ta consommation. Tu n'es plus spectateur, tu es consommateur sur les plateformes. Pour moi c'est une différence intéressante que de consommer du contenu au même titre que ce que tu consommes sur les réseaux sociaux par exemple. Tout est à ta disposition, dès que tu le veux, où tu veux, sur l'écran que tu veux.

Donc tu emmènes ton cinéma avec toi, tu n'as plus de problème à te dire la séance est à 19h30, si j'arrive à 19h35, soit je ne pourrai pas rentrer, soit il n'y aura pas la place que je veux dans la salle etc... ». Maintenant tu te dis «je suis dans le bus, je suis chez ma grand-mère, je suis où je veux. Même au bureau, tu peux regarder un épisode, un film ou une série ou ce que tu veux. C'est toi qui deviens maître de ta consommation. Tu ne sais pas quoi faire, tu peux lire un livre, tu peux regarder une série, tu peux traîner 2 heures sur tiktok. Pour moi, tu n'es plus un spectateur mais un consommateur. C'est vraiment cette notion que je trouve hyper intéressant à développer.

**Émeline : Dernière question sur les prix, par rapport aux cartes d'abonnement, je ne sais pas si tu vas avoir les chiffres, mais est-ce que tu as constaté un changement dans les des cartes d'abonnement ou ça n'a pas changé ?**

Marielle : Je pense que le taux d'abonnement est plutôt en hausse si on parle majoritairement d'abonnement au gros circuit comme CGR, Mégarama, Pathé, KINEPOLIS, UGC, MK2, je crois que je n'oublie personne ou alors désolé. Je pense que ce chiffre-là est en hausse étant donné que tu vas avoir des tarifs uniques pour une séance de cinéma qui va avoir tendance à augmenter au fil des années selon ta consommation ici à Paris. Quand je n'habitais pas Paris, je n'allais pas voire autant de film, ce n'était pas possible parce je n'avais pas un cinéma à portée de main en 10 minutes de métro. Donc la consommation diffère en fonction de ton attrait de tes disponibilités et surtout de la géographie. C'est intéressant d'avoir une carte quand on est dans des grandes villes, où il est facile d'avoir des cinémas ou des séances de cinéma à peu près à l'heure qui t'arrange tu peux aller regarder des films tous les week-ends et augmenter ta curiosité. Etant donné que tu paies le même prix tous les mois et que dans la plupart des circuits, au bout de 2 séances, ton abonnement est rentabilisé, je ne trouve pas ça excessif. J'adore aller au cinéma, c'est différent mais, si t'aimes un peu le cinéma, tu as entre 15 et 20 films qui sortent toutes les semaines, donc de la nouveauté il y en a. Tu trouveras toujours quelque chose à aller regarder et 2 séances dans le mois, ça va vite à remplir. La carte est vraiment hyper intéressante quand tu es une famille. On ne se pose pas les mêmes questions quand on doit faire 20 minutes de route en voiture pour l'aller et le retour au cinéma, et faire la séance. C'est beaucoup de temps à mettre dans un emploi du temps. C'est peut-être là que le tarif unique est finalement plus utile car les gens ont peur de l'engagement. Ils se disent qu'ils n'ont pas envie d'être débité de 20 euros tous les mois alors qu'ils n'iront peut-être pas au cinéma dans le mois. En fait tout se réfléchit, tout n'est pas applicable à tout le monde. Ça rejoint un peu le sujet évoqué

précédemment de qu'est-ce que le cinéma met en place par rapport à la plateforme en termes de concurrence. Par exemple, UGC, ont annoncé une multitude d'offres d'abonnements différents comme un abonnement valable que le week-end, un abonnement valable pour la famille, un abonnement valable en couple etc... Je ne sais pas si tu vas chez UGC mais ils avaient mis des spots en avant-séance sur ce sujet. S'il y a une carte UGC, il y aura forcément un abonnement pour vous. Je trouve ça intéressant parce qu'en fait, ils vont vraiment chercher à toucher tout type de personnes dans tout type de situation. Ils essaient de fidéliser les gens, il faut que chacun s'y retrouve financièrement. Mais franchement une carte ça vaut vraiment le coup par rapport à un tarif unique, à part si tu vas dans des petites salles indépendantes où la séance coûte encore 5€ mais ça se fait de plus en plus rare malheureusement.

**Émeline : Que penses-tu du film Blonde sur Netflix sur Marilyn Monroe qui a été mis en salle très rapidement aux Etats-Unis et ensuite diffusé dans différents festivals, comme celui de Cannes, D'ailleurs, il y a eu une polémique à ce sujet parce que les cinéphiles estimaient qu'un film Netflix n'est pas un film qui doit être diffusé à Cannes, enfin ce n'est pas un film de cinéma comme ils le disent. Que penses-tu de ça ?**

Marielle : Je comprends les 2 côtés, je comprends ceux qui râlent et je comprends ceux qui se battent pour que ça se fasse. Il y a en France, un côté hyper conservateur des traditions et dans le cinéma également. Le cinéma existe depuis bientôt 130 ans en France et dans le monde. A l'échelle de l'histoire c'est un art nouveau qui doit tout le temps s'adapter et en même temps c'est un art qui ne veut pas trop changer les méthodes d'avant. On se parlait de l'affichage tout à l'heure qu'on a du mal à supprimer, même si ce serait nécessaire sur certains points, sur certains films. Serait intéressant de voir si ça fait clairement une différence quand on fait de l'affichage ou pas sur certaines typologies de films. Cannes, et même dans les salles en général, tu as une volonté de ne pas mettre un film produit d'une autre manière que le cinéma avec ce côté un peu pompeux, un peu hautain parfois, un peu entre-soi, qui est juste de l'égo. Maintenant tu as des grands réalisateurs qui font des films qui sont produits pour Netflix et non par Netflix. Ça reste du cinéma. Quand tu as un Scorsese qui finit sur Netflix, ou qui est produit non pour sortir en salle mais pour sortir sur en plateforme directement, ça reste un film de Scorsese, le cinéma est là. Il n'y a pas une dévalorisation de l'art parce qu'il ne sort pas en salles, c'est juste un chemin différent et Il n'est pas inintéressant de voir comment il aboutit en fin de carrière. Fin de carrière voulant dire une fois que la première vague d'exploitation est faite. Pour moi ça reste de l'art, après même s'il y a ce côté où tu te dis, ça fait quand-même

drôlement concurrence. Mais en vrai, dans n'importe quel marché, dans n'importe quel secteur économique, si tu n'as pas de concurrence, tu ne te challenges pas sur comment aller au-delà, comment trouver de meilleures performances, comment t'améliorer comment aller plus loin. Pour moi c'est un peu la vieille version qu'ont les gens de se dire « ah non », encore une fois, pas de nouveauté. L'avenir, c'est de prendre tout ce qu'on a à prendre et de s'allier parce que, tout nous sert. Tu ne peux pas mépriser les plateformes. Pour te donner un positionnement historique, prenons l'exemple de Pathé qui est une grosse entité présente depuis le début du cinéma. Quand tu vas voir un Pathé versus un Netflix qui est installé depuis environ 10 ans en France, ça t'embête de voir qu'en 10 ans, il a fait tout le chemin plus vite que toi et qu'il est arrivé à ton niveau. Tu vois en termes de performance, en termes de gens qui regardent les films, en termes d'impact, en termes d'économie Netflix gagne énormément d'argent et ça reste du cinéma. La raison première devrait être tournée autour de la passion, autour de l'art qu'est le cinéma et de se réjouir que ça puisse se diversifier. Maintenant, c'est vrai qu'aujourd'hui, on a des salles menacées pour toutes les raisons évoquées, qui n'arrivent plus à joindre les 2 bouts et des petites salles indépendantes qui ont ,6 écrans de moins qui ferment. Dans un premier temps, elles se sont séparées de leurs personnels pour faire des économies, même en étant 1 ou 2 à gérer tout le cinéma, elles n'y arrivent pas et finissent par fermer. Il y a peut-être une aide ou une manière de repenser les choses comme d'ouvrir les écrans aux productions des plateformes, peut-être que ça pourrait faire de nouvelles propositions de films. Autour de ce problème il y a beaucoup de choses qui gravitent et on peut se dire que parmi elles, il y en a peut-être qui permettraient non pas résoudre mais d'amener une potentielle solution. Je pense que ça va changer grâce aux =nouvelles générations. Quand tu as des gens qui sont dans le système depuis 40 ou 50 ans, ils n'ont évidemment pas la même vision que nous qui avons grandi avec l'informatique, et le développement ultra rapide du numérique. e ne vois pas pourquoi une production Netflix, n'aurait pas le droit d'aller dans une salle de cinéma mais je comprends aussi ceux qui n' en veulent pas. Pour moi il n' y a aucune technique qui pourrait être mauvaise pour la salle et si ça redonne l'envie aux gens d'aller au cinéma , c'est tout bénéfice.

**Émeline : Oui, parce que j'ai 2 versions de questionnaires. Un pour les cinéphiles qui travaillent dans le secteur du cinéma, et l'autre pour les cinéphiles amateurs. J'ai vraiment senti une sorte de différence comme par exemple, dans la question « qu'est-ce qu'un film de cinéma ? », ce sont vraiment des définitions, enfin, on voit les passionnés et**

**les non passionnés, on voit vraiment ceux qui tiennent à ce que le cinéma reste ce qu'il est actuellement, et ça rejoint un peu ce que tu dis.**

Marielle : Oui, mais justement, c'est intéressant parce qu'en fait, comme dans tout, tout le monde a son avis et il n'y en a aucun qui soit plus important que l'autre. Il faut écouter tout le monde et c'est effectivement en écoutant tout le monde qu'on arrivera à réfléchir différemment et peut-être à réfléchir mieux, de façon plus durable. Mais c'est compliqué parce que ça reste de l'art et j'ai l'impression que les gens l'oublient aussi, un peu comme la musique, ou quand on dit, ce film est nul. Non il n'est pas nul. C'est juste qu'il ne t'a pas touché, qu'il n'était pas pour toi, qu'il ne t'a pas atteint ou que ce n'était pas à toi qu'il s'adressait. C'est comme quand tu vas dans un musée, j'avoue-je ne suis absolument pas réceptive à l'art contemporain, je ne le comprends pas, je n'arrive pas à accrocher le vibe de l'art contemporain, ou comme les gens qui ne comprennent pas la comédie française, un peu franchouillarde type « Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu » ou récemment « Cocorico ». Ils ne comprennent pas que ça marche, mais c'est populaire et ça parle à pleins de gens, ceux qui veulent rire et puis il y a les gens qui ne comprennent pas *Anatomie d'une chute* A chacun son genre de fims.

**Émeline : Ah oui, je ne l'ai pas vu.**

Marielle : Je ne l'ai pas vu non plus mais, ça s'adresse à des gens différents et comme c'est de l'art, soit, on est touché soit on ne l'est pas, soit, on est réceptif soit on ne l'est pas, soit, on est curieux soit on ne l'est pas. Le cinéma est devenu quelque chose d'un peu banal, comme la musique que tu écoutes tous les matins en allant au boulot dans le métro, mais ça reste de l'art. Il y a une espèce de banalisation de ces 2 arts par rapport à la peinture ou la sculpture, enfin de l'art visuel de manière général ou de l'art du spectacle. On oublie un peu que c'est juste une démonstration de quelque chose, que ce sont juste un réalisateur, un compositeur, un acteur qui sortent des choses personnelles et il y a des gens qui achètent et il y a des gens qui n'achètent pas. C'est normal, il faut de tout pour faire un monde.

## ***Annexe 6 - Entretien 2 Nicolas, réalisateur***

**Entretien Nicolas 28 ans, réalisateur :**

**Émeline : Avant le covid, est-ce que tu allais souvent au cinéma ?**

Nicolas : Oui

**Émeline : Combien de fois par mois ?**

Nicolas : J'y vais comme dire, j'y vais peut-être 2 fois par mois, 3 fois par mois, oui 3 fois par mois, mais depuis longtemps. J'ai une carte UGC depuis que je suis au lycée donc ça fait très longtemps.

**Émeline : Le cinéma, tu y vas avec qui ? Tout seul ? Avec tes amis ?**

Nicolas : Avec des amis et aussi des professionnels ainsi qu'avec un peu de famille mais principalement des amis, je n'y vais jamais seul.

**Émeline : D'accord, tu y vas pour maintenir le lien social ?**

Nicolas : Déjà je n'y vais jamais seul donc forcément je sélectionne déjà les films que je vais voir avant. Je ne vais jamais devant le cinéma et me dire, ah tiens, qu'est-ce qu'il y a ? J'y vais pour voir le film donc pour voir quelque chose que j'ai prévu de voir.

**Émeline : Y a t'ils des acteurs que tu veux voir ? Des réalisateurs ?**

Nicolas : En général, si je vais voir le film c'est parce qu'il vient de sortir. Donc du coup je veux le voir là et forcément le voir au cinéma c'est mieux. Après c'est vrai que quand je vais voir un film au cinéma, il y a toujours au moins 2 choix. C'est-à-dire qu'il y a toujours au moins 2 films qui vont m'intéresser, enfin il y a toujours dans le catalogue au moins 2 films qui m'intéressent donc je tranche entre l'un et l'autre. Après, le catalogue est toujours très fourni. J'ai des préférences en termes de réalisateur, acteurs mais je ne me limite pas à ça sinon, je vais m'enfermer.



De plus je vais toujours au cinéma à Paris, je ne vais pas en banlieue parisienne, tu me demandes pour avant ou après covid ?

**Émeline : Pour actuellement**

Nicolas : Honnêtement, à l'heure actuelle, je vais voir des films en tant que cinéphile, plus professionnel et donc je vais voir quelque chose de précis et que j'ai choisi à l'avance et si je le vois là, c'est forcément parce que c'est de la nouveauté.

**Émeline : D'accord et est-ce que tu as vu des différences dans tes choix de films avant et après la covid ?**

Nicolas : Oui, parce qu'avant la covid, j'étais aussi professionnel et les films que je ~~vois~~ voyais étaient les mêmes, en soit ils n'ont pas changé. Des films qui sont au cinéma c'est toujours les mêmes, pour moi ça n'a pas changé mes choix.

Effectivement, en plein covid, ça se voit que les choix des films ont été différents. Il y avait beaucoup de films qui ne sont pas sortis au cinéma mais en VOD mais maintenant ça s'est rétabli. Les problèmes-qu'il y a eu après covid, début 2022, aujourd'hui sont finis. Aujourd'hui les gros films qui étaient là avant covid ils sont là. Donc en fait aujourd'hui tout est revenu.

**Émeline : Est-ce que tu regardes des films sur les plateformes ?**

Nicolas : Non, je n'ai jamais été abonné mais par contre j'ai eu accès à un abonnement à un moment donné mais je n'ai jamais payé pour un abonnement sur les plateformes. J'ai toujours payé pour du cinéma en salle mais jamais les plateformes parce que je télécharge. Je ne sais pas si ça répond à une autre question que t'as ou pas.

**Émeline : Oui. Pour toi, il y a une différence entre les films de cinéma et les films de plateforme ?**

Nicolas : Oui, il y a des films de plateforme et des films de cinéma. Après qu'est-ce qu'un film de cinéma ? C'est une question difficile mais pour moi les films qu'il y a sur les plateformes c'est aussi du cinéma mais après vient la question de qu'est-ce que du cinéma en tant que tel ? Parce que t'as aussi la question de « qu'est-ce que le cinéma ? » et « qu'est-ce que du cinéma

?», tu peux aller vers différentes théories parce qu'effectivement quand on regarde bien, je pense que ta question tu l'as mal posée. Si je me réfère un peu aux questions, c'est plutôt, que tu as des films qui sont sur les plateformes et des films qui sont sortis en salle mais qui vont sur les plateformes ou qui sont rachetés par les plateformes pour la location par Amazon ou Netflix par exemple.

**Émeline : Alors je vais reformuler ma question. Il y a des gens qui vont regarder des films uniquement au cinéma et si ça passe à la télé, ils les snobent, et il y a ceux qui ne vont pas au cinéma parce qu'ils n'ont pas envie de le payer. Par exemple, pour moi, Avatar, je ne le regarderai jamais à la télé.**

Nicolas : Ah oui je comprends la question mais je pense que, je ne suis pas forcément d'accord avec ça. Par contre je suis d'accord qu'il n'y a rien de mieux que de voir un film au cinéma je suis tout à fait d'accord que c'est toujours mieux. Maintenant, pour moi par exemple, imaginons, je rate le film pour x raison, imaginons j'ai un emploi du temps qui a fait que je n'ai pas eu le temps de voir le film que je voulais voir au cinéma, c'est frustrant mais comment tu te rattrapes ? Tu te débrouilles alors pour voir le film, mais du coup ça veut dire que je l'ai moins bien vu et que mon expérience de visionnage, forcément, elle est bien, mais si ça se trouve, je l'aurai mieux vu au cinéma, tu vois ce que je veux dire ? Du coup, ça n'a pas de sens de te dire ça, parce que si ça se trouve, j'aurais mieux vu le film sur mon ordinateur ou mon petit écran, si ça se trouve, j'ai plus vu les détails. Je n'ai pas vu Indiana Jones au cinéma dans les années 50, comment je fais pour rattraper ?

**Émeline : Parce que moi j'ai eu comme retour une sorte de snobisme pour regarder les films sur plateforme**

Nicolas : Oui, par exemple, moi qui ai 28 ans, j'ai eu la chance de voir Nemo au cinéma et là par exemple, les jeunes actuellement, ils vont voir Dune 2 au cinéma, je ne vais pas les prendre de haut parce qu'ils ont vu Nemo sur Disney +. Tout est question d'expérience personnelle. C'est pour ça que ce n'est pas un argument pour moi de regarder un film sur plateforme ou cinéma parce que tu peux voir plus de détails sur ton appréciation des écrans. Il faut des arguments de cinéma et donc sur le film certes le film je l'ai vu au cinéma, mais le son n'était pas terrible et si tu veux moi je ne peux pas parler de son si je l'ai vu sur mon écran avec une

qualité de 240P. Par contre si je l'ai vu en HQ, c'est sûr, c'est mieux que si je l'ai vu en 240P, et il faut le prendre en compte.

**Émeline : Je comprends tes arguments donc si je fais un résumé de ce que tu viens de dire, tu estimes que l'expérience cinématographique est différente au cinéma par rapport à celle de la maison.**

Nicolas : Oui, c'est différent, ce n'est pas la même chose. Je considère que tout est différente et que tout est expérience donc forcément c'est mieux au cinéma. C'est pour ça que la salle de cinéma a été créée et qu'en gros, on fait autant de technologies pour concevoir le film, c'est-à-dire qu'on crée des caméras, du matériel son incroyable. Quand on fait un film, on le fait pour le cinéma. Après, il y a des films qui sont faits uniquement pour les plateformes, parce qu'ils n'ont pas les mêmes intérêts. Les films pour les cinémas sont faits pour les festivals et d'autres non mais ce n'est pas grave. Ils sont faits pour être consommés de manière différente, ils sont faits pour la critique qui est une réflexion plus poussée. Je ne dis pas que ce qui passe à la télé, ça n'est pas fait pour être critiqué ni réfléchi. Il faut juste que les gens consomment. Ils s'adressent à un autre type de public. Il y a beaucoup de films, par exemple Disney + c'est fait pour les enfants qui regardent puis passe à autre chose mais c'est un autre intérêt.

**Émeline : OK, c'est très intéressant.**

Nicolas : Après je ne dis pas que c'est l'avis en général, c'est le mien.

**Émeline : Est-ce que tu es équipé pour ton expérience cinéma à la maison ? Tu as un home cinéma, un lecteur DVD ou d'autres équipements ? Est-ce que si tu étais vraiment équipé tu continuerais d'aller au cinéma ?**

Nicolas : Oui je continuerai.

**Émeline : Pourquoi ?**

Nicolas : Il n'y a rien de mieux que d'aller au cinéma. C'est une démarche dans le sens où tu te déplaces. Pour y aller j'en ai pour 45minutes-1h et puis je choisis le cinéma. J'habite dans le 93 et je vais à Paris pour regarder des films même s'il y a des cinémas pas loin à Rosny ou à

Noisy-le-Grand. Je préfère aller là-bas parce qu'il y a plus de choix et je préfère les salles qui sont plus grandes, le son y est meilleur et il y a les restaurants à côté. C'est sympa voilà et c'est surtout parce que j'ai envie de partager quelque chose avec quelqu'un. C'est mieux et les émotions sont partagées, si tu rigoles la salle va rigoler aussi. Effectivement il peut arriver que les gens parlent fort et moi ça peut me saouler. C'est pour ça que les meilleures expériences de cinéma pour moi c'est quand je vais par exemple dans 1 semaine au festival de Cannes.-On est entre cinéphile, c'est toujours mieux. On est dans le respect des codes et l'échange à la sortie de la salle est plus intéressant.

**Émeline : Tu regardes des films sur les plateformes ?**

Nicolas : Oui mais téléchargés.

**Émeline : Sur Netflix ou illégal ?**

Nicolas : Non je télécharge ou je regarde en streaming illégalement. Je télécharge pour avoir une meilleure qualité mais ça m'arrive de regarder en streaming. Forcément la qualité est un peu moins bonne mais ça ne change pas mon visionnage. C'est pour ça que je dis en gros « regarder bien ou regarder mal ». Est-ce que tu regardes en mangeant des chips ? Tu peux très bien regarder en mangeant des chips.

**Émeline : D'accord, ma question était, est-ce que tu regardes Netflix, Amazon etc... ?**

Nicolas : Oui je regarde.

**Émeline : Tu regardes quel type de contenu ?**

Nicolas : Films, séries, documentaires, ça peut arriver. Il faut différencier les contenus produits par les plateformes et ceux qui sont en location, des projets qui ne sont pas à eux. Par exemple, je regarde l'un et l'autre, sur Canal même Francetv, ça peut arriver. Depuis le collège, je regarde un projet par jour, c'est-à-dire un ou deux épisodes de séries ou un film.

**Émeline : T'es-tu déjà fié aux algorithmes de recommandations ?**

Nicolas : Pour répondre à ta question précédente, quand je dis que je regarde un projet par jour, c'est en mélangeant série/film.

**Émeline : Oui, oui ne t'inquiètes pas, j'avais compris.**

Nicolas : Je n'ai pas d'algorithmes parce que je télécharge mais à un moment donné j'avais l'application Netflix de quelqu'un d'autre sur mon téléphone. Forcément, il y a eu des algorithmes. Je trouvais qu'ils étaient plutôt bien faits. Je n'ai pas d'algorithmes personnalisés.

**Émeline : Sur quels supports regardes-tu tes projets ?**

Nicolas : Sur mon ordinateur ou des fois sur la TV. Les séries, c'est sur le téléphone. Un support dédié ça ne veut rien dire. Tu peux voir partout mais sur le téléphone, je ne regarde pas de film. Les films c'est sur ordinateur ou télévision, les séries c'est sur le téléphone pour pouvoir les regarder partout.

**Émeline : Pourquoi les films sur ces supports ?**

Parce que j'estime que les films méritent des grands écrans. On voit plus de détails.

**Émeline : Par rapport à la critique cinéphile, est-ce que tu laisses des avis sur des films ?**

Nicolas : Sur « Senscritique » je mets toutes mes notes mais pas de critique, je n'aime pas écrire.

**Émeline : As-tu un compte LETTERBOXD ?**

Nicolas : Non mais le « Senscritique ». C'est pour moi, pour que je me souviene. Je me fais une liste. Je télécharge tous les films que je trouve bien et que je garde. ~~et~~Ma liste me permet de savoir ce que j'ai mis dans ce que j'appelle «ma collection », pareil pour les séries et puis voilà.

**Émeline : Du coup, pour toi, c'est un moyen de te souvenir ?**

Nicolas : Oui parce qu'il y a beaucoup de films.

**Émeline : T'es-tu déjà laissé influencer par les réseaux sociaux pour regarder un film ?**

Nicolas : Oui forcément, il y a l'actualité, les affiches tout le temps. Autre chose importante, mon ordinateur est toujours allumé et télécharge tout le temps. En gros, j'ai 2 disques durs, je suis un gros téléchargeur. Je télécharge tellement que je n'aurai pas assez de toute ma vie pour tous les regarder. Juste pour te dire que je suis curieux de beaucoup de choses, avec beaucoup de contenu, après c'est comme ça que

J'ai commencé ma cinéphilie. C'est au collège, au début, j'ai vu le film Malcolm X à la télé, là ça m'a fait un petit quelque chose et je me suis dit tiens je veux voir tous les films de SPIKE LEE et ceux de DENZEL WASHINGTON. Comment faire à l'époque, quand ça passe qu'en télé ou au cinéma et qu'il n'y avait pas internet ? Même si le téléchargement n'était pas autant développé pour les trouver, j'arrivais à les télécharger et du coup j'ai vu tous les films que je voulais. Après j'ai vu tous les films de mafia, puis tous les films qui étaient en lien avec l'Italie, ainsi que tous les films des gangsters et après la seconde guerre mondiale. C'est ça qui a développé ma curiosité, c'est pour ça que j'ai téléchargé et que maintenant j'utilise les plateformes quand c'est possible

**Émeline : J'ai une autre question. En étant professionnel, ça ne te fait rien de télécharger des films ?**

Nicolas : Comment veux-tu que je fasse ? Parce que moi j'assume, il n'y a pas de problèmes, parce que les gens comment font-ils-? T'imagines ? Aujourd'hui, imaginons un jeune qui est au collège ou au lycée, les plateformes pour lui c'est très bien, le souci ce n'est pas les plateformes qui tuent le cinéma, ce sont les personnes. Ce sont plus les gens qui sont de plus en plus poussés à rester chez eux. Tu vois les ubereats etc... Les gens n'ont plus la curiosité d'aller dehors et chercher par eux-mêmes. Par exemple, ils rentrent chez eux, ils mettent la télé, ils mettent livraison uber, ils commandent, ils ne font plus à manger ou chercher les choses ni avoir un esprit critique. Du coup, ils ne vont plus se confronter à d'autres personnes. Par exemple, ils regardent la nouvelle série en vogue, soit le contenu qui est proposé dans les algorithmes, c'est dommage. Ce n'est pas tout le contenu du cinéma car il y a pleins d'autres choses, je ne dis pas que ce n'est pas bon, il y a plein de séries qui sont excellentes. De plus en plus, l'idée c'est de rentrer se divertir chez soi surtout pour retravailler le lendemain. C'est comme ça mais le problème ce ne sont pas les plateformes. Ça fait plus de films, du coup, c'est bien parce que ça crée du travail. Ce sont juste les gens qui sont un peu plus stupides parce qu'ils ont une paresse intellectuelle. Rien à voir, mais prends YouTube, l'algorithme est très

bien fait, tu as toujours une vidéo à voir, un truc à voir. Des fois je perds du temps, il faut apprendre à se contrôler et on n'apprend pas le contrôle. Tu peux passer 30 minutes à 1h ou, 2h à 3h à regarder des vidéos comme ça en scrollant. Il faut savoir pourquoi on fait les choses.

**Émeline : Tu suis les influenceurs cinéma ?**

Nicolas : On va dire qu'à une période c'était à la mode, aujourd'hui moins, je parle pour les gens qui sont professionnels. Quand j'étais étudiant à Paris 8, franchement c'était la mode, on en parlait comme ça. Aujourd'hui tous ceux qui sont dans le cinéma ignorent ces gens-là. On parle entre nous en fait et eux ils ne sont pas intéressants. Ils s'adressent plus à des étudiants.

## ***Annexe – 7 Entretien 3 Léa cinéphile amateur***

Entretien Léa, assistante back-office 30 ans

**Émeline : Aimes-tu les films en général ?**

Léa : J'aime les films en général : ceux de société surtout, les drames, quelques comédies, pas les films d'horreur ni de sciences fictions.

**Émeline : Quand as-tu pris tes abonnements sur les plateformes ?**

Léa : Avec la COVID et parce que j'étais au Québec aussi et que la culture cinématographique est moins importante côté Québec. Je dirais que depuis 2 ans, j'ai commencé à regarder des films et séries sur Netflix et sur Canal Plus quand les films ne sont plus en salle au cinéma.

**Émeline : Tu y vas moins depuis le covid ?**

Léa : Je regarde plus des émissions à la télé aussi depuis la COVID donc oui on y va moins.

**Émeline : Avec qui préfères-tu aller au cinéma ?**

Léa : J'y vais généralement en couple, J'ai un abonnement UGC illimité 2.

**Émeline : Pour toi qu'est ce qui est indispensable quand tu vas au cinéma ?**

Léa : Une bonne qualité d'image, de son et une place au milieu pas trop près de l'écran. Je trouve qu'Avatar est un excellent exemple de cette nécessité. La profondeur des images en 3D, les détails des effets visuels ne pouvaient être pleinement appréciés que sur un grand écran avec une résolution haute définition. De plus, le son enveloppant ajoutait une immersion supplémentaire.

**Émeline : Qu'est-ce que tu apprécies le plus dans l'expérience de regarder un film au cinéma ?**



Léa : Ce que j'apprécie le plus c'est lorsqu'on voit une comédie au cinéma où les gens rient autour de nous, pour partager les émotions et aussi le son est meilleur qu'à la maison. Par contre, avec les vidéoprojecteurs l'écran est le même.

**Émeline : Comment trouves-tu de nouveaux films à regarder ?**

Léa : Pour regarder de nouveaux films, je vais soit sur les applications UGC ou MK2 et je regarde les bandes annonces avant d'aller au cinéma. Je suis sur les réseaux sociaux des productions diaphana, Canal plus et des plateformes ou des acteurs font leur promotion sur Instagram et ensuite je vois les prochaines sorties de films.

**Émeline : Te fies-tu aux recommandations des plateformes de streaming, aux critiques en ligne, ou à d'autres sources ?**

Léa : Je suis sur différents sites comme Allociné et RottenTomatoes.

**Émeline : Que regardes-tu précisément, l'écriture ou la cotation ?**

Léa : Je m'intéresse plus à la cotation. Je n'ai pas le temps de lire les critiques ou si je le fais c'est plutôt celui des spectateurs sur Allociné. Les avis des professionnels je les trouve un peu pompeux. En général, quand le film a une mauvaise note pour eux, moi j'aime bien.

**Émeline : Selon toi quels sont les points forts et les points faibles de la salle ?**

Léa : Chez UGC les sièges sont optimisés donc pas confortables, trop vieux et abîmés. Chez MK2 ils sont confortables. Le son est trop fort chez UGC. La qualité du son est meilleure en salle Les horaires et disponibilités ne sont pas toujours bien quand tu travailles.

**Émeline : Pourquoi regardes-tu des films à la maison ?**

Léa : Les films à la maison c'est bien pour pallier au fait que j'ai manqué la sortie d'un film. Pour moi c'est du rattrapage...

**Émeline : T'es-tu déjà laissée influencer par une tendance sur les réseaux sociaux pour aller au cinéma ou sur une plateforme ?**

Léa : Oui, je suis les productions sur réseaux sociaux et beaucoup d'acteurs.

**Émeline : Sens-tu une réelle différence de pratique de visionnage quand tu regardes des films sur un écran personnel ?**

Léa : Oui j'ai fini par regarder Barbie sur Canal après sa sortie en salle parce je n'avais pas le temps et les horaires ne correspondait pas à mon travail.

**Emeline : Es-tu intéressée par les avant-premières, les rencontres avec des réalisateurs ?**

Léa : Oui j'en ai déjà fait, je t'avoue que j'ai pris l'habitude par exemple je vais voir les films de Philippe Lachau en avant-première au Grand Rex. On ne lui parle pas mais c'est toujours agréable de voir les acteurs et l'équipe et pis c'est plus intéressant à raconter après, les gens te posent des questions sur comment est l'acteur etc

#### ***Annexe 8 - entretien 4***

Entretien Maxime, 30 ans

**Émeline : Aimes-tu les films en général ?**

Maxime : Oui, depuis toujours.

**Émeline : Avec qui préfères-tu aller au cinéma ?**

Maxime : Avec mes amis uniquement je n'y vais jamais seul

**Émeline : Tu vas moins au cinéma depuis le covid ?**

Maxime : Non pas vraiment. J'y vais autant qu'avant voire plus certains mois, selon la programmation et le budget. Je ne veux pas m'engager dans un abonnement type UCG.

**Émeline : Pourquoi les abonnements te font-ils peur ?**

Maxime : C'est psychologique. Je me dis que je suis obligé de le rentabiliser donc que je dois obligatoirement aller au cinéma même si certains films ne m'intéressent pas.

**Émeline : Selon toi quels sont les points forts et les points faibles de la salle ?**

Maxime : Points forts : le fait d'être dans le noir, d'être plongé dans le film, sur un grand écran, avec une meilleure qualité de son et d'image que sur ordinateur Points faibles : les publicités, la saleté de certaines salles et le bruit des voisins.

**Émeline : Qu'est-ce que tu apprécies le plus dans l'expérience de regarder un film au cinéma ?**

Maxime : Ce que j'apprécie le plus est relatif aux points forts : être plongé sur grand écran dans le film, et ne pas avoir d'activités annexes.

**Émeline : Comment trouves-tu de nouveaux films à regarder ?**

Maxime : Sur le site Allociné, dans les cinémas et les bandes annonces qu'elles diffusent. Je me fie aux notes sur internet, pas souvent aux avis et surtout à l'esthétique de l'affiche.

**Émeline : Quand as-tu pris tes abonnements sur les plateformes ?**

Maxime : Je n'ai pas d'abonnement personnel sur une plateforme. J'ai celui de mon frère.

**Émeline : Les interfaces te conviennent-elles ?**

Maxime : Oui, c'est simple à utiliser.

**Émeline : Selon l'écran que tu regardes, le type de contenu change-t-il ?**

Maxime : Je regarde toujours sur mon écran d'ordinateur.

**Émeline : Pourquoi est-ce que tu regardes des films de cinéma à la maison ?**

Maxime : Parce que je souhaite quelquefois regarder un film en rentrant chez moi après le travail ou le week-end sans avoir à sortir de mon domicile. J'apprécie aussi de regarder d'anciens films qui ne passent plus au cinéma donc les regarder à la maison me permet de les visionner quand même.

**Émeline : Sens tu une différence dans les films fait par les plateformes ?**

Maxime : Non pas vraiment, pour moi les attendus et les résultats sont les mêmes.

**Émeline : T'es-tu déjà laissé influencer par une tendance sur les réseaux sociaux pour aller au cinéma ou sur une plateforme ?**

Maxime : Non je ne suis pas influencé par les réseaux sociaux (mais plutôt par mes discussions avec mes amis ou ma famille sur ces mêmes réseaux)

**Quand est-ce que tu as commencé les DVD ?**

Maxime : Mes parents m'en acheté déjà. C'était plus des dessins animés comme j'étais petit et ça m'amuser de jouer avec les mini-jeux dans les bonus. Je pense que c'était vers mes 15 ou 16 ans, j'ai demandé à mes parents de m'acheter les dvd d'Harry Potter parce que j'avais adoré le prisonnier d'Azkaban. Après je fais un mix, il a des séries que j'ai aussi en DVD.

**Emeline : Tu sais combien tu as de DVD à peu près ?**

Maxime : Chez mes parents je pense une cinquantaine, je n'avais pas beaucoup de place dans ma chambre. Dans mon appartement peut-être une dizaine, je les ai sélectionnés avant de partir.

**Emeline Qu'est-ce qui te passionne le plus dans ta collection de DVD**

Maxime : Je ne sais pas trop, je dirais que c'est comme si le film m'appartenait. Il est dans ma collection, j'aime l'idée de le chercher pour le trouver et la joie quand je le retrouve. L'énorme avantage est de découvrir les bonus, les making-off ou les scènes coupées.

**Emeline : As-tu des éditions limitées ?**

Maxime : Oui, mon précieux étant la trilogie du « Seigneur des anneaux » en version longue. Mais ce n'est pas le cœur de ma collection. C'est vraiment selon le coup cœur que j'ai avec et pour le film.

**Emeline : Pourquoi tu achètes ce dvd et pas un autres ?**

Maxime : Si c'est un film que j'ai déjà vu et que je veux revoir je l'achète, comme je l'ai dit c'est vraiment une histoire de coup de cœur.

Concernant la découverte, je suis plus porté par la location de films ou je demande à des amis s'y ils l'ont en dvd. Je prends exclusivement du Blu-ray pour la qualité, c'est une habitude.

**Emeline : Tu les achètes où ?**

Maxime : Je les achète principalement en ligne, à la Fnac ou dans des brocantes. Si je peux en trouver à moindre coût ça m'arrange aussi.

**Emeline : Tu les regardes régulièrement ou c'est uniquement par plaisir de possède l'objet ?**

Maxime : Un peu des deux, j'essaie de rentabiliser mes achats quand même. Je les regarde une à deux fois par mois.

**Emeline : Tu as une organisation spéciale ?**

Maxime : Je sépare Séries et Films. Ma collection n'est pas assez grande pour les classer.

**Emeline : Qu'est-ce qui te pousse à continuer à acheter des DVD à l'ère du streaming ?**

Maxime : Je n'aime pas mettre de l'argent dans des plateformes, je préfère les dvd. De plus, les bonus et la qualité d'image sont souvent supérieurs sur les DVD, et en plus certains films ne sont même pas disponibles en streaming.

**Emeline : Quels sont tes projets futurs pour ta collection ?**

Maxime : Je cherche la première version de Star Wars mais avec des prix abordables ...

**Emeline : Peux-tu m'expliquer sur quels supports tu regardes tes films ?**

Maxime : Mon ordinateur, je n'ai pas de télévision. Je n'ai pas envie d'acheter une télévision et un lecteur DVD, j'ai déjà un lecteur de DVD avec mon ordinateur.

**Emeline : Tu es déjà aller à une séance rencontre avec des acteurs ou avant-première ?**

Maxime : Oui, j'ai eu l'occasion d'assister à quelques avant-premières et à des séances de rencontre avec des acteurs. C'était sympa, je me sentais un peu privilégié, j'avais l'impression d'avoir un scoop. Le dernier c'était le film Roqya avec Golshifteh Farahani.

## Annexe 9 - Evolution tarifaire des offres de streaming



### Une segmentation des offres et des hausses tarifaires

**NETFLIX**

Offre premium : + 67 % 2023 vs. 2014

Sept. 2014	2015	2017	2019	2021	Nov. 2022	Oct. 2023
Essentiel 7,99€/mois	Essentiel 7,99€/mois	Essentiel 7,99€/mois	Essentiel 7,99€/mois	Essentiel 8,99€/mois (+12,5 %)	Essentiel avec pub 5,99€/mois	Standard avec pub 5,99€/mois
Standard 8,99€/mois	Standard 9,99€/mois (+11 %)	Standard 10,99€/mois (+10 %)	Standard 11,99€/mois (+9 %)	Standard 13,49€/mois (+12,5 %)	Essentiel 8,99€/mois	<b>Essentiel SUPPRIMEE EN DEC.</b> 10,99€/mois (hausse de prix en oct.)
Premium 11,99€/mois	Premium 11,99€/mois	Premium 13,99€/mois	Premium 15,99€/mois	Premium 17,99€/mois (+12,5 %)	Standard 13,49€/mois	Standard 13,49€/mois
					Premium 17,99€/mois	Premium 19,99€/mois (+11 %)

**prime video**

Offre premium : + 50 % 2024 vs. 2016?

Déc. 2016	Sept. 2022	2024
Offre unique 5,99€/mois 49,00€/an	Hausse tarifaire 6,99€/mois, +17 % 69,90€/an, + 43 %	Offre avec pub 6,99€/mois Offre sans pub US : +2,99\$ 8,99€/mois (+29 %)



Offre premium : + 72 % 2023 vs. 2020

Avr. 2020	Mars 2022	Nov. 2023
Offre unique 6,99€/mois 69,90€/an	Offre unique 8,99€/mois (+29 %) 89,90€/an	Offre avec pub 5,99€ Offre standard 8,99€/mois 89,90€/an Offre premium 11,99€/mois (+33 %) 119,90€/an

21

Observatoire de la vidéo à la demande Cécile Lacoue, Directrice des études, des statistiques et de la prospective du CNC, Le 23 janvier 2024

Source :

[https://www.cnc.fr/documents/36995/2097582/Observatoire+de+la+vidéo+à+la+demande\\_vp+ublication+2.pdf/ff3f2dc7-fd52-8969-ecd1-fb55ab663a8f?t=1711374244155](https://www.cnc.fr/documents/36995/2097582/Observatoire+de+la+vidéo+à+la+demande_vp+ublication+2.pdf/ff3f2dc7-fd52-8969-ecd1-fb55ab663a8f?t=1711374244155)

## *Annexe 10 – La chronologie des médias*

Fenêtre de diffusion	Nouvelle chronologie	Ancienne chronologie
Vente et location (DVD, VOD, Blu-ray)	4 mois	4 mois
Canal+, OCS	6 mois	8 mois
Netflix	15 mois	36 mois
Amazon Prime, Disney+	17 mois	36 mois
Chaînes gratuites (TF1, France 2, M6, Arte...)	22 mois	30 mois

Comment fonctionne la chronologie des médias en 2023 ?


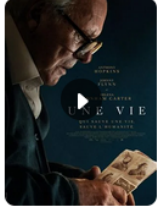


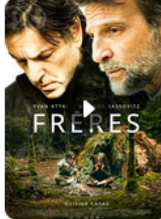





Source : <https://www.numerama.com/pop-culture/830137-comment-fonctionne-la-chronologie-des-medias.html>



# Annexe 11 – La différence des notes entre les avis professionnels et spectateurs d'Allociné

Source : <https://www.allocine.fr/films/>

Capture d'écran prise le 10 aout 2024

 <p><b>Ce que le jour doit à la nuit</b> 12 septembre 2012   2h 39min   Drame, Historique, Romance De Alexandre Arcady Avec Nora Arnezeder, Fu'ad Ait Aattou, Anne Parillaud</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,4</td><td>4,0</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,4	4,0	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆	 <p><b>Une vie</b> 21 février 2024   1h 49min   Biopic, Drame De James Hawes Avec Anthony Hopkins, Johnny Flynn, Helena Bonham Carter Titre original One Life</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>3,3</td><td>4,2</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	3,3	4,2	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆			
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,4	4,0	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
3,3	4,2	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
 <p><b>Oppenheimer</b> 19 juillet 2023   3h 01min   Biopic, Historique, Thriller De Christopher Nolan Avec Cillian Murphy, Emily Blunt, Matt Damon</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>3,8</td><td>4,3</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★★</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	3,8	4,3	==	★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆	 <p><b>La Plus belle pour aller danser</b> 19 avril 2023   1h 32min   Comédie De Victoria Bedos Avec Brune Moulin, Philippe Katerine, Pierre Richard</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,9</td><td>3,4</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,9	3,4	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆			
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
3,8	4,3	==																				
★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,9	3,4	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
 <p><b>Frères</b> 24 avril 2024   1h 46min   Drame De Olivier Casas Avec Mathieu Kassovitz, Yvan Attal, Alma Jodorowsky</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,8</td><td>4,0</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,8	4,0	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆	 <p><b>La Couleur de la victoire</b> 27 juillet 2016   2h 03min   Biopic, Drame, Historique De Stephen Hopkins Avec Stephan James, Jason Sudeikis, Eli Goree Titre original Race</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,8</td><td>4,0</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,8	4,0	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆			
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,8	4,0	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,8	4,0	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
 <p><b>Barbie</b> 19 juillet 2023   1h 55min   Aventure, Comédie, Famille De Greta Gerwig Avec Margot Robbie, Ryan Gosling, America Ferrera</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>3,5</td><td>2,8</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★★</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	3,5	2,8	==	★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆	 <p><b>Forrest Gump</b> 5 octobre 1994 en salle   2h 20min   Comédie, Drame, Romance Date de reprise 28 octobre 2015 De Robert Zemeckis   Par Eric Roth Avec Tom Hanks, Gary Sinise, Robin Wright</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,6</td><td>4,6</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr><tr><td>5 critiques</td><td>13086 notes, 2429 critiques</td><td></td></tr></table> <p>SÉANCES (38) VOIR SUR NETFLIX VOD</p>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,6	4,6	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆	5 critiques	13086 notes, 2429 critiques	
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
3,5	2,8	==																				
★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,6	4,6	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
5 critiques	13086 notes, 2429 critiques																					
 <p><b>Hors-saison</b> 20 mars 2024   1h 46min   Comédie, Comédie dramatique, Drame De Stéphane Brizé Avec Guillaume Canet, Alba Rohrwacher, Sharif Andoura</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>3,4</td><td>2,8</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★★</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	3,4	2,8	==	★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆	 <p><b>Le Petit Blond de la Casbah</b> 15 novembre 2023   2h 06min   Comédie dramatique De Alexandre Arcady Avec Léo Campion (II), Marie Gillain, Christian Berkel</p> <table border="0"><tr><td>Presse</td><td>Spectateurs</td><td>Mes amis</td></tr><tr><td>2,5</td><td>3,5</td><td>==</td></tr><tr><td>★★★★☆</td><td>★★★★★</td><td>☆☆☆☆☆</td></tr></table>	Presse	Spectateurs	Mes amis	2,5	3,5	==	★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆			
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
3,4	2,8	==																				
★★★★★	★★★★★	☆☆☆☆☆																				
Presse	Spectateurs	Mes amis																				
2,5	3,5	==																				
★★★★☆	★★★★★	☆☆☆☆☆																				

## Annexe 12 - Avis spectateurs d'Allociné

Film Alien Romulus, sortie le 14 aout en salle

Capture d'écran prise le 20 aout

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-302445/critiques/spectateurs/>



**sébastien W.**

2 abonnés · 4 critiques · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 0,5 Publiée le 15 août 2024

La saga Alien fait partie de mes saga préféré mais là j'ai eu l'impression de voir un film qui est sans ingéniosité reprenant des scènes des anciens films et certains dialogues ne respectent même pas les films de la série

👍 20 🗨️ 17



**Judithtexas**

47 abonnés · 129 critiques · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 1,0 Publiée le 15 août 2024

J'ai trouvé le scénario pauvre. Certes, on voit mieux la bestiole, mais l'histoire n'évite pas les poncifs. Les dialogues sont creux. Aucun réel enjeu dramatique. Comme dirait Edouard Baer : "Sigou, Sigou, où es-tu ?" Un conseil : fuyez !

👍 15 🗨️ 16



**Johan b**

38 abonnés · 41 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 4,5 Publiée le 16 août 2024

Retour aux sources cadrage montage les acteurs sont excellents. J'ai grandement apprécié cet opus et ça faisait longtemps. Je le recommande vivement.

👍 23 🗨️ 13

**pierretaisne**

44 abonnés · 17 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 4,5 Publiée le 15 août 2024

J'attendais la sortie de ce Alien Romulus réalisé par le réalisateur Fede Alvarez a qui ont doit aussi le film "don't breath". Ce qui m'a de suite plu dans ce Alien, c'est l'ambiance sonore et le travail effectué sur le sound design. ÉNORME. La photo est très belle et pas mal de bonnes idées traversent ce film. On retrouve tout de même à peu près la même trame scénaristique que le premier Alien réalisé par Ridley Scott. j'ai passé vraiment un très bon moment, et je suis content de voir la qualité grandissante des films actuellement. Si j'avais un petit bémol à mettre à ce film ( mais ça ne gênera sûrement que moi ) l'âge des protagonistes. En effet il n'y a que des jeunes, et je trouve que Alien n'est pas tellement un film de teenagers. Un casting avec 10 ou 15 ans de plus aurait renforcé je pense la force du film. Non pas que les acteurs ne soient pas bons, ils sont parfaits mais ..... je sais pas .... ça m'a tout de même gêné

👍 7 🗨️ 7

## Film Deadpool & Wolverine, sortie le 24 juillet en salle

Capture d'écran prise le 20 aout 2024



**laurent H**

1 abonné · 14 critiques · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 0,5 Publiée le 3 novembre 2023

A la vue des critiques dithyrambiques sur le film, je l'ai vu sans réel a priori, mais avec un regard plutôt positif... Et là horreur : scénario incompréhensible, dialogues au ras des pâquerettes, pseudo féminisme caricatural, et jeu d'acteur ridicule ! Je ne comprends pas un tel engouement, ce n'est même pas décalé ou mièvre, c'est insipide : même les décors kitsch sont mal faits. Rien n'est à retenir si ce n'est qu'on a perdu 2h de son temps !



**L&#039;OMBRE DU 7ème ART**

63 abonnés · 406 critiques · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 1,5 Publiée le 27 juillet 2024

Bon on ne va pas tourner autour du pot. Je ne m'attendais à rien et j'arrive tout de même à être extrêmement déçu.  
Bien que je ne sois pas un fan inconditionnel de la saga Deadpool. Je me doit de souligner la prestation de Ryan Reynolds qui a su porter cet anti-hero dans la pop culture, s'expliquant par des scènes d'actions toujours spectaculaires et un humour basé sur le bas de la ceinture. Mais, j'ai décidé de me laisser embarquer dans cette nouvelle épopée car hâte de revoir Wolverine sur grand écran.  
Mal m'en a pris. Après un prologue d'une longueur déraisonnable, l'action débute dans un méli-mélo de références intra et extra-Marvel, parfois drôles, parfois lassantes tant elles sont redondantes.



**Le D.**

193 abonnés · 919 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 4,5 Publiée le 24 juillet 2024

"Deadpool & Wolverine" est un film que j'ai trouvé excellent. L'histoire est sympa à suivre même s'il y a de la facilité scénaristes ça de gâche pas le long-métrage. Les blagues sont top, les scènes d'action sont divertissantes et les personnages sont toujours aussi intéressants.

👍 5 🗨️ 3

**Jem**

19 abonnés · 38 critiques · Suivre son activité

★★★★☆ 4,0 Publiée le 25 juillet 2024

Je sors de la séance. N'écoutez pas les mauvaises langues et les youtubeurs grincheux . Le film a des défauts, de petites longueurs ici et là, mais ça fait un bien fou de voir Wolverine et Deadpool ensemble. De jouissives scènes de baston et des caméos inattendus vous rendront la banane (et je plaisante pas ...vous n'allez pas en croire vos yeux) . Et dieu sait si je suis difficile. Film Pour fans ! U

👍 10 🗨️ 9

### Vicdolu F.

5 abonnés · 24 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 5,0 Publiée le 25 juillet 2024

J'en ressors tout juste extraordinaire . Le début est juste "WHOA" ils ont osé... Excellent 🤩🤩 Et en un seul film ils ont réussi à créer un Wolverine très intéressant avec un passé sombre très lourd à porter, pour ensuite nous présenter sa rédemption et son choix de faire perdurer l'héritage des X-Men et de Charles Xavier. Wolverine is back au cinéma. Extraordinaire.

👍 13 🗨️ 8

Film Barbie, sortie de 19 juillet 2023 en salle

Capture d'écran prise le 10 aout 2024

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-173087/critiques/spectateurs/>



### fabienleouf

5 abonnés · 83 critiques · Suivre son activité

★★★☆☆ 2,0 Publiée le 14 septembre 2023

Je ne m'attendais pas à ça. Je m'attendais plutôt à un film comique et sympathique sur l'univers de Barbie avec Ken. L'histoire en elle-même ne m'a pas dérangé, même si elle aurait pu être largement meilleure. Le film est assez long, avec des gags qui sont vraiment horribles et abusés. Le rôle des acteurs de la société Mattel est vraiment agaçant et lourd, c'est décevant et cela ne fait en aucun cas rire.

👍 0 🗨️ 0



### Alex Motamots

6 abonnés · 300 critiques · Suivre son activité

★★★★☆ 3,0 Publiée le 26 décembre 2023

J'ai aimé les décors identiques à ceux des jouets de la marque : les décorateurs ont dû se faire plaisir.

Et les costumiers également, en créant grandeur nature les vêtements et chaussures des poupées humaines.

J'ai aimé le début, plein de dérision sur le monde merveilleux et immuable.

J'ai moins aimé le recherche de la petite fille qui joue dans le vrai monde.

Mais j'ai adoré le conseil de direction de la marque : que des hommes au costume interchangeable qui pourtant se lancent à corps perdu à la poursuite du jouet phare.

J'ai aimé les clins d'œil à d'autres films, notamment Un Américain à Paris avec Barbie au cheveux courts.

Mais mis à part les décors et les costumes, il ne me reste pas grand chose de ce film.

👍 0 🗨️ 0



**Flower 0478**

51 abonnés · 223 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 5,0 Publiée le 20 juillet 2023

J'ai adoré le film original univers coloré Margot Robbie toujours au top dans ses rôles j'adore cette actrice elle peut tout jouer et que dire de Ryan Gosling j'adore aussi cet acteur woah quel prestation en tout cas je vous conseille ce film original allez y sans plus attendre.

👍 11 🗨️ 20



**Julopechon62**

1 critique · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 1,0 Publiée le 26 juillet 2023

Mes amis et moi venons de sortir de 2h de torture. Je développe :  
Tout est à revoir dans le film, scénario, dialogue, humour et j'en passe.  
Ce film m'a donné le cafard, d'une tristesse à mourir.  
De l'argent jeté par les fenêtres surtout si j'ai un conseil à vous donner FUYEZ !!!  
La seule expression à retenir est « bière bibouze »  
Ma seule envie est de rentrer chez moi, pieds sous la table et que ma femme me serve une bonne bière binouze pour m'imploser la caboche après ce bourrage de crâne intensif des femens.

👍 1 🗨️ 2

Capture d'écran prise le 10 août 2024

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-173087/critiques/spectateurs/>

## *Annexe 13 - Avis professionnels trouvé sur Allociné*

### Film Alien Romulus, sortie le 14 aout en salle

Capture d'écran prise le 20 aout

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-302445/critiques/presse/>

#### Paris Match

★★★★★ par Fabrice Leclerc

À travers l'odyssée d'un groupe d'adolescents qui vont devoir se confronter aux xénomorphes, Alvarez semble vouloir revenir au principe initial : celui de l'affrontement violent et sans issue entre humains et extraterrestres. Et veut privilégier cette fois le pur film d'horreur.

[La critique complète est disponible sur le site Paris Match](#)

---

#### Critikat.com

★★★★★ par Corentin Lè

Fede Álvarez livre une copie sans grande bavure, mais qui manque de singularité.

[La critique complète est disponible sur le site Critikat.com](#)

---

#### Cahiers du Cinéma

★★★★★ par Charlotte Garson

Problème d'écriture sans doute : l'onéreuse et rutilante direction artistique écrase toute initiative de jeu, si bien que l'on se surprend à s'émouvoir d'un accessoire (les liens blancs qui rattachent la poupée au fond de sa boîte quand les executives de Mattel la rattrapent) plutôt qu'à ce qui arrive aux personnages.

#### LCI

★★★★★ par Jérôme Vermelin

Malgré plusieurs suites discutables, cette saga de science-fiction mythique n'en finit plus de renaître de ses cendres.

[La critique complète est disponible sur le site LCI](#)

---

#### Le Parisien

★★★★★ par Michel Valentin

Avec cette histoire qui s'insère chronologiquement entre les deux premiers Alien, Romulus revient aux fondamentaux, et marque la résurrection inespérée d'une franchise essentielle.

[La critique complète est disponible sur le site Le Parisien](#)



## Film Deadpool & Wolverine, sortie le 24 juillet en salle

Capture d'écran prise le 20 aout 2024

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-251633/critiques/presse/>

### Dernières Nouvelles d'Alsace

★★★★★ par Thibault Liessi

Deadpool & Wolverine ne révolutionne en rien le genre du super-héros. Il est en revanche une belle tournée d'adieu à tout un pan de l'univers Marvel et de ses films.

---

### Filmsactu

★★★★★ par Pierre Champleboux

Bourré de fan-service jusqu'à la moelle, extrêmement bourrin, gore, vulgaire et irrévérencieux, ce nouvel épisode des aventures de Wade Wilson reprend la recette qui a fait le succès des deux précédents opus, tout en poussant les curseurs au maximum.

[La critique complète est disponible sur le site \*\*Filmsactu\*\*](#)

### Le Monde

★★★★★ par Ma. Mt

Malgré une ouverture dystopique plutôt prometteuse, Alien : Romulus retombe sans surprise dans les ornières du huis clos horrifique et du jeu de massacre spatial qui ont fait l'identité de la saga, même si, dans les interstices de son cahier des charges ultra-verrouillé, Fede Alvarez sait toutefois se ménager de beaux moments.

[La critique complète est disponible sur le site \*\*Le Monde\*\*](#)

---

### Les Inrockuptibles

★★★★★ par Arnaud Hallet

Ce retour aux affaires est on ne peut plus studieux, tant le film semble non seulement vouloir revenir aux origines de la franchise [...] mais aussi en compiler toutes les grandes idées pour en délivrer la mesure la plus juste possible. Rien ou presque ne dépasse de cet exercice exécuté avec dextérité et élégance, sans non plus jamais perdre de vue son aspect ludique, mais hélas avec très peu de panache.

[La critique complète est disponible sur le site \*\*Les Inrockuptibles\*\*](#)

## Film Barbie, sortie de 19 juillet 2023 en salle

Capture d'écran prise le 10 aout 202

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-173087/critiques/presse/>

### Public

★★★★★ par Marie-Pierre Galinon

Bourré d'humour et de références, le film rappelle le meilleur des comédies girly comme Clueless et La Revanche d'une blonde.

---

### 20 Minutes

★★★★★ par Caroline Vié

Le film Barbie, ce sont des décors et des costumes sublimes qui donnent l'impression de voir l'univers de la poupée mannequin en grandeur nature. Ce sont aussi des numéros musicaux spectaculaires dignes des grosses productions des années 1950 dont la réalisatrice se revendique.

[🔗](#) La critique complète est disponible sur le site **20 Minutes**

---

### Dernières Nouvelles d'Alsace

★★★★★ par Nathalie Chifflet

Une méta-comédie féministe folle et fun.

---



## Annexe 14 - Avis spectateurs du film *A BOUT DE SOUFFLE* de GODARD Jean-Luc classé Art et Essai dans la catégorie Patrimoine et Répertoire

Capture d'écran prise le 10 aout 2024

Source : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-29/critiques/spectateurs/>



Un visiteur

★★★★★ 3,0 Publiée le 5 décembre 2017

L'histoire de la cinématographie place *À bout de souffle* parmi les œuvres nitiatrices de la Nouvelle vague. Cela s'explique autant par le côté rebelle de son propos que par l'approche non conventionnelle de sa trame narrative. Le film met en scène un personnage qui bafoue la bienséance et les lois. Sa quête de plaisir égocentrique est comme le cri d'une génération trop longtemps tenue en laisse. Pour ce qui est de la forme, c'est toute la grammaire du cinéma qui est remise en question dans *À bout de souffle*. Une caméra témoin qui suit l'action comme elle se présente plutôt que de répondre à une mise en scène réfléchie et échelonnée. Des ellipses dans une même séquence, voire dans un même plan. Le jeu des acteurs est plus relâché, en quête d'une vérité sans artifice. Belmondo y parvient en partie en offrant une silhouette plus qu'intéressante mais dont la construction psychologique se perd dans la désinvolture du personnage. Alors qu'à travers Jean Seberg on perçoit le déchirement qui l'habite entre son admiration pour l'attitude frondeuse de Michel et la raison qui lui fait réaliser la fatalité de cette relation. Même si l'audace de la réalisation qui attirait les éloges ou les quolibets à l'époque paraît bien sage des décennies plus tard, le film conserve, comme c'est le cas pour certaines œuvres d'avant-garde produites à cette époque, une place bien à lui dans l'évolution du 7<sup>ième</sup> art.

👍 15 🗣️ 2



annatar003

63 abonnés · 852 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 1,0 Publiée le 26 avril 2013

symbole ultime de la Nouvelle Vague, "*A bout de souffle*" laisse songeur quant à son intérêt voire même par rapport à sa qualité cinématographique. Adulé par le public et hautement encensé par les critiques, le film de Jean-Luc Godard n'en finit pourtant pas de s'enfoncer dans les marais de la désolation. Pour autant qu'on s'en souvienne, la réputation de Jean-Paul Belmondo a toujours permis de donner de l'élan à ses rôles. Mais même les grandes figures du cinéma ont l'air idiots lorsqu'on leur met des dialogues miséreux dans la bouche. C'est ce qui arrive dans "*A bout de souffle*". Scénario désastreux qui tourne en rond du début à la fin, le travail d'écriture de Godard et Truffaut surprend par sa basicité. On y découvre ainsi des échanges des plus poussés où Belmondo et Jean Seberg tentent tant bien que mal de dépasser la rudimentarité du travail du réalisateur. En effet, entre une mise en scène peu prenante et des rebondissements presque inexistantes on est droit de se demander quelle mouche avait piqué les critiques de l'époque. Quant au titre, "*Lapsus*" aurait certainement été plus parlant en raison de la monstruosité du montage qui tend plus vers l'amateurisme que vers la prouesse artistique. Au final, "*A bout de souffle*" se veut révolutionnaire par les sentiments d'une jeunesse perdue qu'il illustre mais à force de chercher un sens caché dans chaque long-métrage on finira par découvrir des inspirations philosophiques dans les films de Michael Bay.

👍 4 🗣️ 2



BMWC

77 abonnés · 789 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 5,0 Publiée le 22 février 2009

D'une insolence mémorable, *A bout de souffle* se glisse dans le modèle du film policier pour mieux repenser le cinéma et sa façon de raconter des histoires. Un film tellement novateur qu'il dicte certaines règles encore aujourd'hui.

👍 3 🗣️ 1



**Hotinhere**

490 abonnés · 4 877 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 4,0 Publiée le 4 mars 2014

Le premier film culte de Godard, précurseur de la Nouvelle Vague, à la mise en scène inventive, toujours en mouvement, aux dialogues sublimes, incarné par le couple mythique Belmondo/Seberg. Waow !

👍 4 🗨️ 0



**Benjamin A** LE CLUB

690 abonnés · 1 922 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 4,5 Publiée le 8 avril 2014

"Ne freinez jamais. Une voiture c'est fait pour rouler pas pour s'arrêter" Le génial Jean-Paul Belmondo est Michel, un petit délinquant qui a pour modèle Humphrey Bogart (existe-t-il plus classe ?) vole une voiture à Marseille et tue un policier sur la route. Arrivé à Paris, il envisage de partir en Italie avec sa petite amie Américaine. Il y a bien un semblant d'intrigue policière, avec trahison, fusillades... mais la réussite de "A Bout De Souffle" ne vient pas de là, elle vient de son histoire d'amour moderne, de ses dialogues totalement savoureux, de l'inventivité de Godard dans la mise en scène, de ses scènes géniales (dont la finale) et bien évidemment du talent et du charisme de ses deux acteurs/ personnages principaux et en particulier Jean-Paul Belmondo. Un grand et beau film.

👍 6 🗨️ 5



**selenie** LE CLUB

5 932 abonnés · 6 119 critiques · Suivre son activité

★★★★★ 5,0 Publiée le 10 décembre 2007

Premier et largement le meilleur film de Godard... Inventivité et fraîcheur font de ce film parfaitement écrit un chef d'oeuvre. On est pas encore arrivé à l'orgueil pseudo-intellectuel du cinéaste qui apauvrira son oeuvre après "Le mépris"... Seberg a un charme indéniable et Belmondo est magnifique. Les scènes entre les amoureux sont sublimes et les dialogues sont plus écrit qu'on peut le croire au premier abord. Chef d'oeuvre.

👍 6 🗨️ 2



**Gonnard**

233 abonnés · 1 930 critiques · Suivre son activité

★☆☆☆☆ 1,0 Publiée le 17 novembre 2008

OK, film référence, faisant partie de cette "nouvelle vague" qui déferle sur le cinéma français. Mais vu aujourd'hui il fait pitié. La classe de Bébel et les petits dialogues sympas de la partie centrale ne peuvent combler la vacuité du scénario. A voir pour sa culture cinématographique donc, mais sans s'attendre à passer un moment formidable.

👍 0 🗨️ 8

## Annexe 15 - Cahiers du cinéma, le conseil des 10

Chaque mois, découvrez les recommandations de 10 critiques de cinéma issus du Monde, des Inrockuptibles, de Télérama, de Positif, de Libération et bien entendu des Cahiers du cinéma.

Cotations :

- ★★★★ chef d'oeuvre
- ★★★★★ à voir absolument
- ★★★★ à voir
- ★★★ à voir à la rigueur
- inutile de se déranger

Retrouvez le conseil des dix du N°807 – Mars 2024

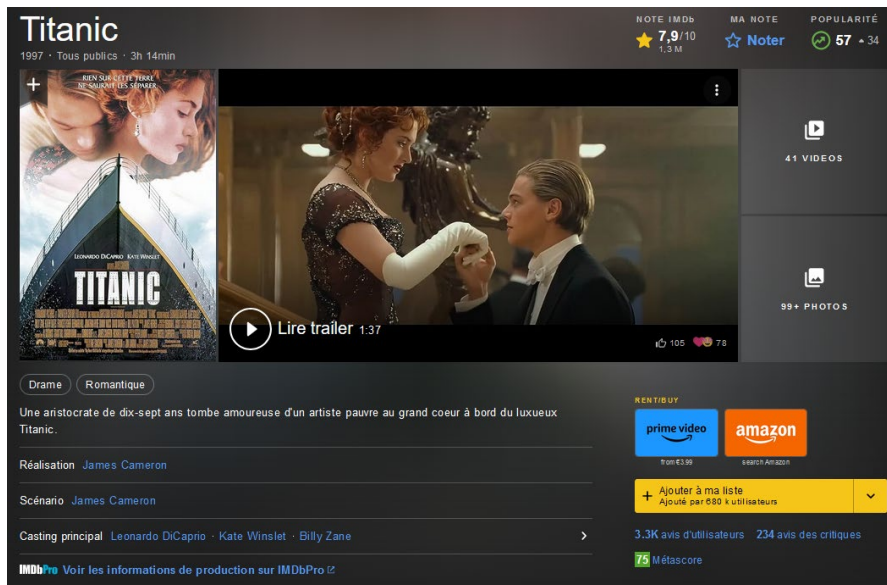
Rechercher:

	Jacques Mandelbaum	Jean-Marc Lalanne	Jacques Morice	Frédéric Mercier	Sandra Onana	Olivia Cooper Hadjian	Fernando Ganzo	Charlotte Garson	Yal Sadat	Marcos Uzal
Los delincuentes (Rodrigo Moreno)	★★★★			★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★		★★★★
Eureka (Lisandro Alonso)			★★★★		★★★★	★★★★	★★★★	★★★★		★★★★
Les Carnets de Siegfried (Terence Davies)						★★★★	★★★★	★★★★		★★★★
The Sweet East (Sean Price Williams)		★★★★	★★★★		★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★ ★	★★★★
Une famille (Christine Angot)		★★★★		★★★★	★★★★	★★★★		★★★★		
Revivre (Karim Dridi)				★★★★		★★★★		★★★★		★★★★
Averroès et Rosa Park (Nicolas Philibert)								★★★★		
L'Empire (Bruno Dumont)	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★		★★★★		★★★★

Capture d'écran prise le 04 avril 2024

Source : <https://www.cahiersducinema.com/conseil-des-dix/>

## Annexe 16 – Différences de plateformes recommandées pour le film Titanic selon le site Imdb et Allociné



Capture d'écran IMDB prise le 07/04/2024

Lien : [https://www.imdb.com/title/tt0120338/?ref=mv\\_sr\\_srg\\_0\\_tt\\_7\\_nm\\_1\\_in\\_0\\_q\\_tita](https://www.imdb.com/title/tt0120338/?ref=mv_sr_srg_0_tt_7_nm_1_in_0_q_tita)



Capture d'écran Allociné prise le 07/04/2024

Lien : <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-5818/streaming/>

### Synopsis

Southampton, 10 avril 1912. Le paquebot le plus grand et le plus moderne du monde, réputé pour son insubmersibilité, le "Titanic", appareille pour son premier voyage. Quatre jours plus tard, il heurte un iceberg. A son bord, un artiste pauvre et une grande bourgeoise tombent amoureux.

### Regarder ce film

En SVOD / Streaming par abonnement



## Annexe 17 : Les films présent sur d'autre plateforme dont les services d'Amazon

Les films disponibles sur Disney +

**WALL·E**  
2008 · Tous publics · 1h 38min

NOTE IMDb: 8,4/10 (1,2 M)  
MA NOTE: Noter  
POPULARITÉ: 935

YA DE L'AMOUR DANS L'AIR

Lire trailer avec le son 2:32

17 VIDEOS  
99+ PHOTOS

Adventure Epic · Artificial Intelligence · Computer Animation · Dystopian Sci-Fi · Space Sci-Fi · Adventure

Dans un avenir lointain, un petit robot collecteur de déchets entreprendra par inadvertance un voyage dans l'espace qui décidera en fin de compte du sort de l'humanité.

Réalisation: Andrew Stanton

Scénario: Andrew Stanton · Pete Docter · Jim Reardon

Casting principal: Ben Burtt · Elissa Knight · Jeff Garlin

IMDb Pro Voir les informations de production sur IMDbPro

RENT/BUY: prime video (from €3.99), amazon (search Amazon)

Ajouter à ma liste (Ajouté par 641 k utilisateurs)

1.5K avis d'utilisateurs · 242 avis des critiques  
95 MétaScore

Capture d'écran IMDB prise le 07/04/2024

Lien : [https://www.imdb.com/title/tt0910970/?ref=mv\\_sr\\_srg\\_1\\_tt\\_6\\_nm\\_2\\_in\\_0\\_q\\_wall%2520e](https://www.imdb.com/title/tt0910970/?ref=mv_sr_srg_1_tt_6_nm_2_in_0_q_wall%2520e)

**Vaiana : La Légende du bout du monde**  
Titre original : Moana  
2016 · Tous publics · 1h 47min

NOTE IMDb: 7,6/10 (386 k)  
MA NOTE: Noter  
POPULARITÉ: 651

Lire trailer 2:24

45 VIDEOS  
99+ PHOTOS

Animation · Aventure · Comédie

Dans l'ancienne Polynésie, lorsqu'une terrible malédiction provoquée par le demi-dieu Maui atteint l'île de Vaiana, elle répond à l'appel de l'Océan et part à la recherche de Maui pour rétablir l'ordre des choses.

Réalisation: Ron Clements · John Musker · Don Hall

Scénario: Jared Bush · Ron Clements · John Musker

Casting principal: Auli'i Cravalho · Dwayne Johnson · Rachel House

RENT/BUY: prime video (from €3.99)

Ajouter à ma liste (Ajouté par 353 k utilisateurs)

648 avis d'utilisateurs · 412 avis des critiques



Capture d'écran IMDB prise le 07/04/2024

Lien : [https://www.imdb.com/title/tt3521164/?ref =nv\\_sr\\_srsrg\\_4\\_tt\\_5\\_nm\\_3\\_in\\_0\\_q\\_vaia](https://www.imdb.com/title/tt3521164/?ref =nv_sr_srsrg_4_tt_5_nm_3_in_0_q_vaia)

Les films disponibles sur Netflix

The screenshot shows the IMDb page for the movie 'American Psycho'. The title is prominently displayed at the top. Below the title, there are statistics: 'NOTE IMDB' with a star rating of 7.6/10 from 734k users, 'MA NOTE' with a star icon and the word 'Noter', and 'POPULARITÉ' with a green circle icon and the number 135. A large video player is featured in the center, showing a scene from the movie with a man in a suit holding a knife. Below the video player, there are genre tags: 'Dark Comedy', 'Psychological Drama', 'Psychological Horror', 'Serial Killer', 'Slasher Horror', and 'Workplace'. A synopsis follows: 'Patrick Bateman est un riche dirigeant de banque d'investissement à New York. Il tente de cacher son égo psychopathe de ses collègues et de ses amis alors qu'il s'adonne à des fantasmes hédonistes violents.' The page also lists the director 'Mary Harron', the screenwriter 'Bret Easton Ellis · Mary Harron · Guinevere Turner', and the main cast 'Christian Bale · Justin Theroux · Josh Lucas'. On the right side, there are options to 'RENT/BUY' on 'prime video' and 'amazon', and a yellow button to 'Ajouter à ma liste' (Add to my list).

Capture d'écran prise le 23/06/2024

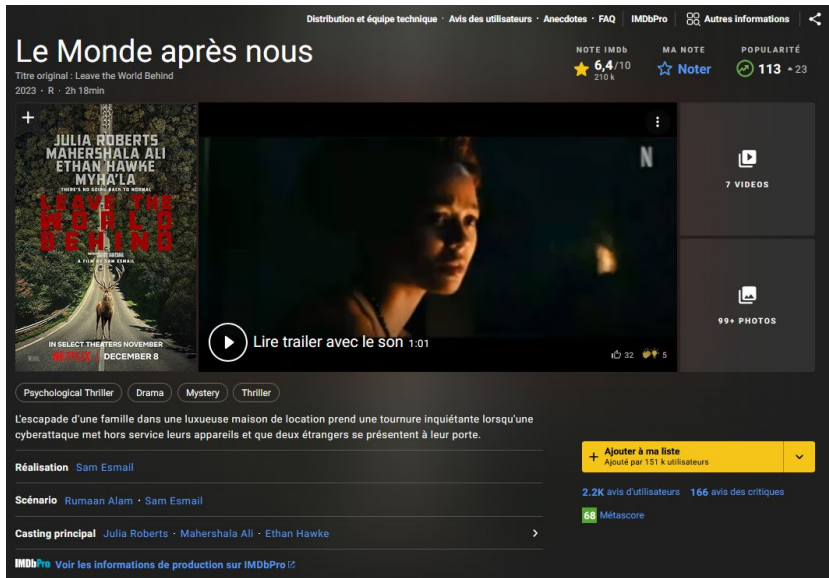
Lien : [https://www.imdb.com/title/tt0144084/?ref =nv\\_sr\\_srsrg\\_0\\_tt\\_8\\_nm\\_0\\_in\\_0\\_q\\_american%2520ps](https://www.imdb.com/title/tt0144084/?ref =nv_sr_srsrg_0_tt_8_nm_0_in_0_q_american%2520ps)

The screenshot shows the IMDb page for the anime 'Le Château ambulante'. The title is prominently displayed at the top. Below the title, there are statistics: 'NOTE IMDB' with a star rating of 8.2/10 from 439k users, 'MA NOTE' with a star icon and the word 'Noter', and 'POPULARITÉ' with a red circle icon and the number 876. A large video player is featured in the center, showing a scene from the anime with a young girl looking out. Below the video player, there are genre tags: 'Adventure Epic', 'Anime', 'Hand-Drawn Animation', 'Supernatural Fantasy', 'Adventure', and 'Animation'. A synopsis follows: 'Lorsqu'une jeune femme peu sûre d'elle est maudite par une sorcière malveillante, sa seule chance de conjurer le sort est un jeune sorcier égoïste manquant d'assurance, et ses compagnons dans leur château ambulante.' The page also lists the director 'Hayao Miyazaki', the screenwriter 'Hayao Miyazaki · Diana Wynne Jones', and the main cast 'Chieko Baishō · Takuya Kimura · Tatsuya Gashūin'. On the right side, there are options to 'RENT/BUY' on 'prime video' and 'amazon', and a yellow button to 'Ajouter à ma liste' (Add to my list).

Capture d'écran prise le 23/06/2024

Lien : [https://www.imdb.com/title/tt0347149/?ref =nv\\_sr\\_srsrg\\_0\\_tt\\_1\\_nm\\_0\\_in\\_0\\_q\\_chateau%2520ambulan](https://www.imdb.com/title/tt0347149/?ref =nv_sr_srsrg_0_tt_1_nm_0_in_0_q_chateau%2520ambulan)

## Annexe 18 – Films disponible sur d'autres plateformes mais pas indiqué sur Imdb



Capture d'écran prise le 23/06/2024

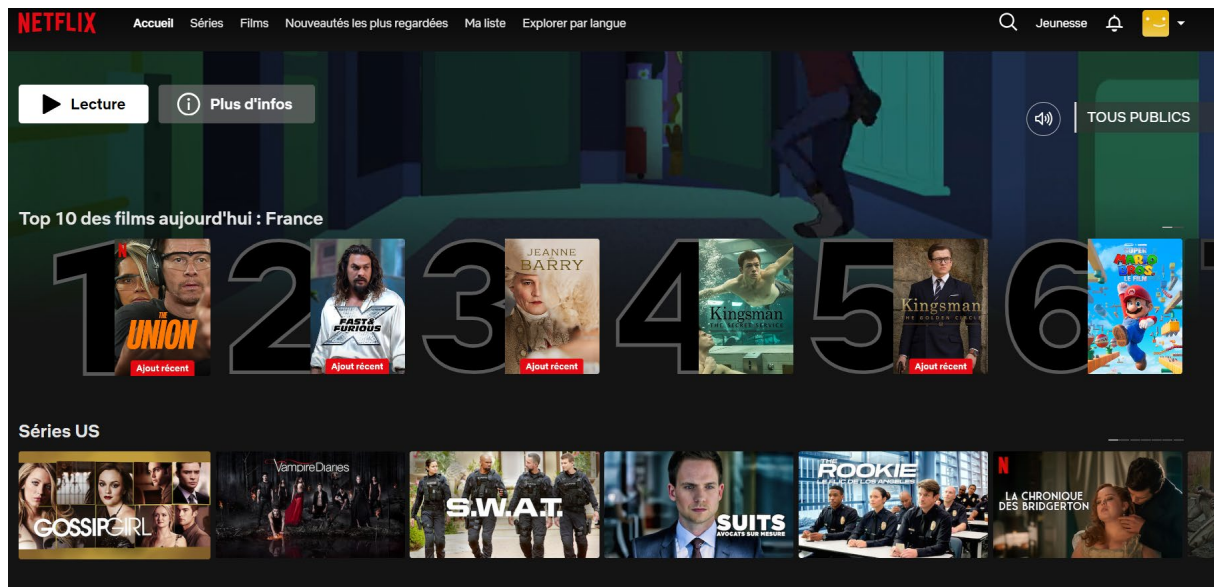
[https://www.imdb.com/title/tt12747748/?ref=fnv\\_sr\\_srsrg\\_0\\_tt\\_8\\_nm\\_0\\_in\\_0\\_q\\_le%2520monde%2520apre](https://www.imdb.com/title/tt12747748/?ref=fnv_sr_srsrg_0_tt_8_nm_0_in_0_q_le%2520monde%2520apre)



Capture d'écran prise le 23/06/2024

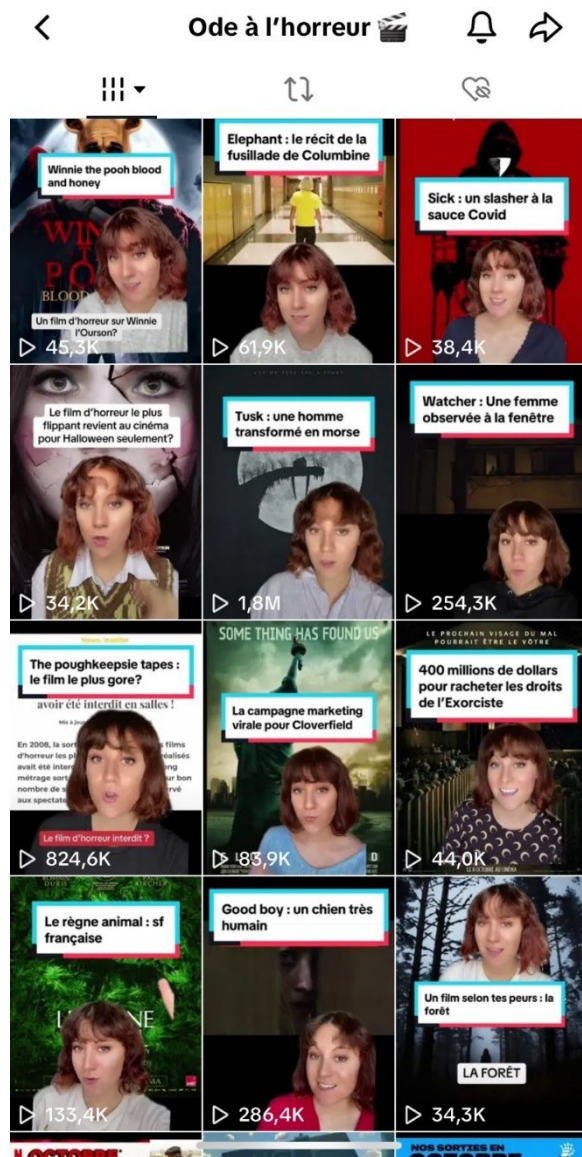
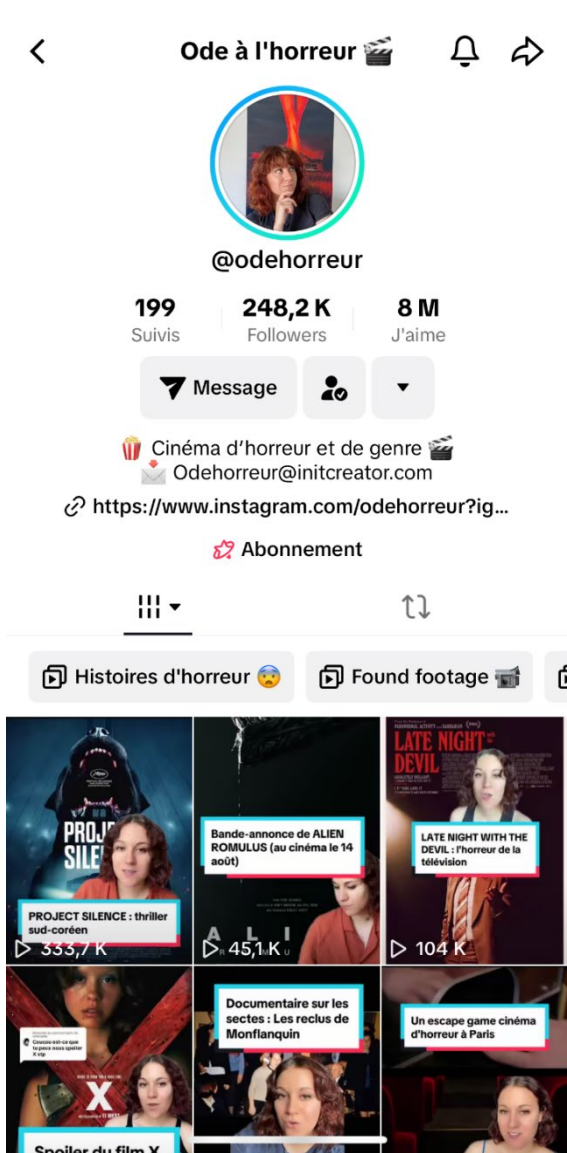
Lien : [https://www.imdb.com/title/tt11286314/?ref=fnv\\_sr\\_srsrg\\_0\\_tt\\_8\\_nm\\_0\\_in\\_0\\_q\\_don%27t%25200loo](https://www.imdb.com/title/tt11286314/?ref=fnv_sr_srsrg_0_tt_8_nm_0_in_0_q_don%27t%25200loo)

## Annexe 19 – Page d'accueil de Netflix





# Annexe 20 – Compte Tiktok



**@odehorreur**

Compte Tiktok @odehorreur  
Capture d'écran prise le 12/08/2024

Source : <https://www.tiktok.com/@odehorreur?lang=fr>

## Annexe 21 – Compte Tiktok lala\_cinema

< **Lala\_cinema** 🔔 ➦  
 @lala\_cinema  
 531 Suivis | 65,5 K Followers | 1,5 M J'aime  
 Suivre Message  
 cinéma - Littérature  
 lala\_cinema\_insta (8k)  
 contact@inpresario.com  
 https://linktr.ee/lalacinema  
 Abonnement

Lecture Top Films Avant-première

Épinglé ON REGARDE QUOI? 24,1 M  
 Épinglé QUELQUES JOURS PAS PLUS 601,7 K  
 Épinglé LE CELUI QUI DORT 667,9 K  
 TRAP  
 COSSE  
 5 ÉTOILES

< **Lala\_cinema** 🔔 ➦  
 123 K 1467 8 607  
 2056 3730 2012  
 48,9 K 46,2 K 4 390  
 3 121 3 219 65,1 K

Compte Tiktok @lala\_cinema

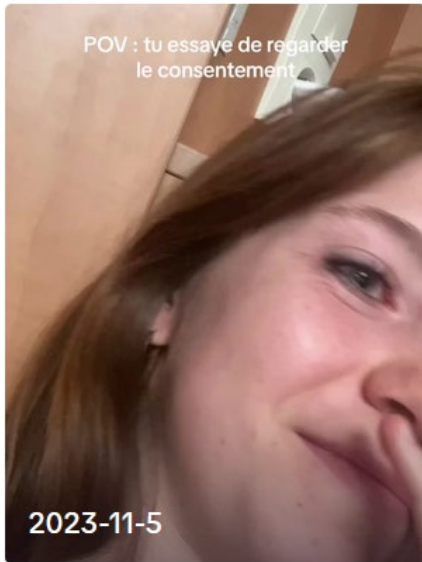
Capture d'écran prise le 12/08/2024

Source : [https://www.tiktok.com/@lala\\_cinema?lang=fr](https://www.tiktok.com/@lala_cinema?lang=fr)



**Annexe 22 – Exemples de vidéos sur la plateforme Tiktok parlant du film « le consentement »**

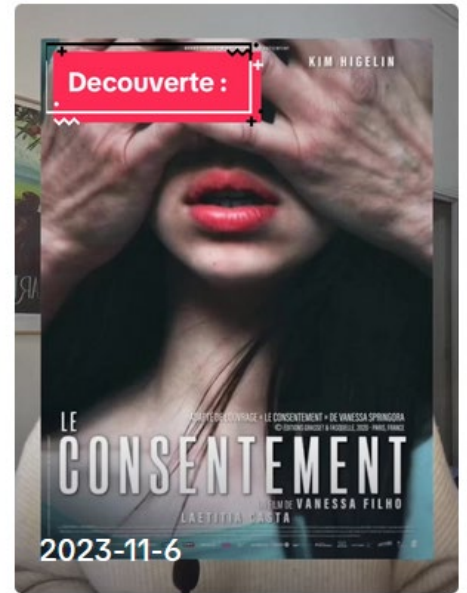
Capture d'écran prise le 23/06/2024



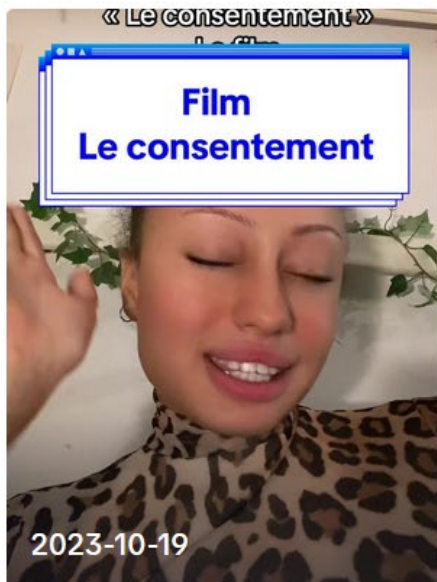
😊 super film 👍  
#leconsentement  
fleur.de.sel ▶ 41.8K



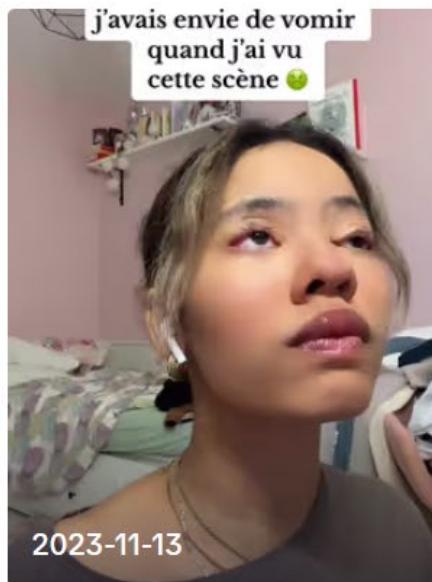
« LE CONSENTEMENT ».Je n'ai jamais vu un film aussi...  
rojii\_iranienne ▶ 2.4M



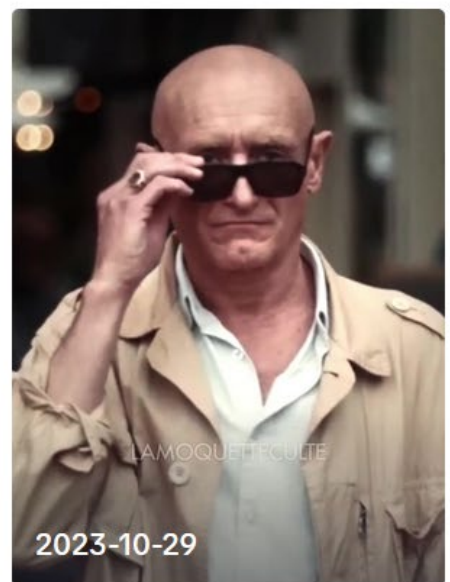
Le film LE CONSENTEMENT on en pense quoi ? 🤔🤔 Ig:...  
lala\_cinema ▶ 23K



Réponse à @Nita voici mon retour sur le film « le...  
geomancis\_... ▶ 435.6K



TOUT LE FILM : le consentement etait 🤢 mais...  
leyle2.0 ▶ 1.5M



#foryou #consentement...  
lamoquette... ▶ 1.7M

## Annexe 23 : Exemples de commentaires indiquant l'importance de ce film



**Lilou**

Je trouve que les lycées devraient amener les  
terminales voir ce film c'est super important pour  
sensibiliser

♡  
3249

2023-1... Répondre

Afficher 17 réponses ▾

Capture d'écran prise le 02/05/2024

Lien : [https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



**le J c'est le J**

Pour moi, le vrais bon mots pour le déterminer, c'est  
que ce film et poignant

⋮  
♡  
230

2023-11... Répondre



**Joedyne Jean-Baptiste** · Créateur

Tu as raison

♡  
44

2023-11... Répondre

Capture d'écran prise le 06/05/2024

Lien : [https://www.tiktok.com/@joedyneje/video/7298017254657051910?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@joedyneje/video/7298017254657051910?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



**SushiDrakyCos** 🍣 🍷

je sais pas si je le verrais c'est un sujet qui me  
trigger beaucoup  
mais en meme temps c'est un film d'utilité public

♡  
6

2023-11... Répondre

Capture d'écran prise le 06/05/2024

Lien : [https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



**minotor**

protégeant nos enfants

2023-11... Répondre

Capture d'écran prise le 07/05/2024

Lien : [https://www.tiktok.com/@rojii\\_iranienne/video/7293228863717395744?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@rojii_iranienne/video/7293228863717395744?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



**katelljego8**

je sais pertinemment que ce film est important. mais j'ai pas le courage d'y aller... ça a l'air beaucoup trop dur et ca me dégoûte



2023-11-1 Répondre



**Laura Lavancier**

J'ai été le voir effectivement il est dure à regarder mais je trouve ça important d'en parler.... C'est écœurant



2023-1... Répondre



**Ely\_0512**

Je pense que le plus dur c'est oui le fait que c'est graphique mais c'est surtout le fait que autour tous le monde ferme les yeux



2023-1... Répondre

Capture d'écran prise le 07/05/2024

Lien : [https://www.tiktok.com/@geomancis\\_media/video/7291781606581275936?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@geomancis_media/video/7291781606581275936?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



**bonheurmeloukamel**

Merci de dénoncer le « protocole pervers » du pédophile.



2023-8... Répondre



**SushiDrakyCos** 🍷 🍉

je sais pas si je le verrais c'est un sujet qui me trigger beaucoup mais en meme temps c'est un film d'utilité public



2023-11... Répondre



**Lala\_cinema** 🎬 · Créateur

Faut pas ce forcé ! Parce qu'en effet y a beaucoup de moment qui mettent très mal à l'aise



2023-11... Répondre

[https://www.tiktok.com/@rojii\\_iranienne/video/7293228863717395744?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@rojii_iranienne/video/7293228863717395744?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)

2023-11... Répondre



Andy.brbt\_\_

J'en ai vomi en rentrant chez moi..

2023-11-1 Répondre



0



minotor

protégeant nos enfants

2023-11... Répondre

## Annexe 24 – Exemple d'identification des situations d'emprises et abusives grâce aux films

-  **Noah.laufeyson** ...  
Papa tu devrais aller le voir le film.. Ça pourrai t'apprendre quelque chose... ♡ 1876  
2023-1... Répondre
-  **†**  
j'ai envie d'aller le voir mais les flashback et tout 😬 ♡ 238  
2023-1... Répondre
-  **maelys**  
J'ai pleuré tout le long c'était horrible mais incroyable film ♡ 0  
2023-1... Répondre
-  **Camille** ☆  
le monsieur qui était mon « papy » devrait aller voir ça ♡ 457 Répondre
-  **Thea**  
mon ex doit aller le voir pour capter ce que c'est ♡ 1 Répondre
- Afficher 1 réponse ▾
-  **louane**  
j'espere qu'il va aller le voir il a besoin de comprendre ce qu'est le consentement 🙄🙄 ♡ 1 Répondre
-  **shaina**  
Mon père devrais peut-être le regarder pour voir qu'on fait pas sa sans consentement ♡ 1 Répondre

[https://www.tiktok.com/@insideoutkarl/video/7293459986259184928?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@insideoutkarl/video/7293459986259184928?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



Lilou

Je trouve que les lycées devraient amener les terminales voir ce film c'est super important pour sensibiliser

♡  
3249

2023-1... Répondre

Afficher 17 réponses ▾



Éna ✨

J'ai trop peur de le regarder à cause de ce que j'ai vécu...

♡  
75

2023-1... Répondre

Afficher 13 réponses ▾



Aly

Je suis aller le voir avec mon copain, à la sortis on ne savait même pas quoi se dire, tellement bien réalisé qu'il glace le sang

♡  
152

2023-1... Répondre

[https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@leilaib5/video/7292533018193906976?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)



le J c'est le J

Pour moi, le vrais bon mots pour le déterminer, c'est que ce film et poignant

⋮  
♡  
230

2023-11... Répondre



Joedyne Jean-Baptiste · Créateur

Tu as raison

♡  
44

2023-11... Répondre

[https://www.tiktok.com/@joedynejean/video/7298017254657051910?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7332447897822217761](https://www.tiktok.com/@joedynejean/video/7298017254657051910?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7332447897822217761)