

# Le plein de films pour 4 euros

Les «Film Days» permettent, pendant quatre jours, d'accéder à toutes les séances de cinéma pour la modique somme de 4 euros par film et par personne.

## SYLVESTRE SBILLE

Tous les ans à la même saison, les Belges sont invités à faire une orgie de cinéma, à prix d'amis. Pour 4 euros seulement par personne, quel que soit l'âge, quel que soit le cinéma, quel que soit l'horaire, et surtout quel que soit le film. Pas question ici de réclamer un supplément sous prétexte qu'il y a de la 3D, qu'on est samedi soir, ou que vous avez choisi une saga de 158 minutes, soit un peu plus des deux heures trente qui permettent aux exploitants de faire tenir leurs 5 séances dans la journée...

Il faut dire que plus le temps passe, plus le budget cinéma gonfle. Pour une famille de 4 enfants, le 7e art devient presque un luxe. Pour peu qu'on invite le petit voisin et la grand-mère, on se retrouve à la caisse avec presque 100 euros à sortir, sans compter l'essence, le parking, et les pop-corn. Sauf le dernier week-end de septembre!

Le truc? Un gros sponsor, qui s'offre une visibilité certaine mais qui paye surtout la promo... Pas question évidemment pour BNP Paribas Fortis de s'acquitter auprès des exploitants de la différence entre le prix normal et le prix «festif». Il s'agit en fait d'un accord entre les exploitants de salles et les distributeurs de films. L'idée est d'augmenter la fréquentation pour obtenir bons chiffres globaux. Le principe n'est pas seulement de compenser les pertes en augmentant le volume. Une famille qu'on attire au cinéma, c'est aussi une famille qui

aura envie d'y retourner. Par l'effet d'habitude, on réamorce à la rentrée une pompe qui a pu tourner au ralenti pendant l'été. Mieux: les nombreuses bandes annonces seront autant de rendez-vous pris pour les prochaines semaines. C'est la magie du cinéma: un bon film est aussi une promesse... pour le bon film suivant.

Une autre subtilité typique de l'exploitation des films: le premier public comme ambassadeur. C'est le bouche à oreille qui fait tout. Plus vous aurez du monde la première semaine, plus vous aurez de visibilité, et de chance de créer l'effet boule de neige. Le premier vecteur de pénétration d'une nouveauté ce ne sont pas les affiches, ni les critiques: c'est le collègue de bureau qui, à la pause-café, vous touche un mot en direct. Et pour cela il faut simplement qu'il ait vu le film avant vous.

Les Films Days, c'est le moment de sortir les grands films familiaux. On ne s'adresse pas trop au public des cinéphiles, mais plutôt aux bandes d'amis, aux familles, aux enfants. Mais rien n'empêche les amateurs de cinéma pointu de bouder les avant-premières de comédies romantiques, et d'aller voir les films qu'ils ont repérés il y a quelques semaines et qui sont toujours à l'affiche... ou les nouveautés de la semaine.

## Avant-goût

Au rayon des avant-premières, la France est à l'honneur. «Tu veux ou tu veux pas», une comédie romantique avec Sophie Marceau

et Patrick Bruel. «Colt 45», un polar noir signé par notre compatriote Fabrice Du Welz, avec Gérard Lanvin et Joey Star. Ou un film pour enfants qui lorgne sur le fantastique: «Le Grimoire d'Arkandias», avec l'incontournable Christian Clavier...

Mais nous ne saurions assez vous conseiller d'en profiter pour faire le plein de bons films. Toujours à l'affiche: «Les combattants», un film d'auteur français qui nous narre la rencontre de deux jeunes gens sur fond de stage militaire. Un film qui allie la finesse du regard à la force du propos, avec la révélation du moment: Adèle Haenel. «Boyhood», le phénomène de l'été. Avec ses 100 000 entrées en Belgique, le «petit» film de Linklater («Before Midnight») a fait mieux que trouver son public. Tourné sur 12 ans, le film s'immisce dans la vie d'une famille, et dans l'enfance d'un garçon, qui devient ado puis adulte. «Alphabet», un documentaire passionnant sur les modèles d'enseignement – et leurs limites – à travers le monde.

Enfin, c'est cette semaine que sort «Elle l'adore», réalisé par Jeanne Herry, la fille de Miou-Miou et de Julien Clerc, avec Sandrine Kiberlain et Laurent Lafitte. Une comédie intelligente sur le star-system, qui pourrait bien être l'un des succès de la rentrée.

Du mercredi 24 au samedi 27 septembre dans (presque) tous les cinémas de Belgique, [www.filmdays.be](http://www.filmdays.be).

### 3 QUESTIONS À

PHILIPPE ADAM

*Business Development Director chez Brightfish, la régie publicitaire liée au cinéma, organisatrice des Film Days.*

#### 1 A qui vont les 4 euros?

C'est exactement la même répartition que pour les 7, 8, ou 9 euros qui ont cours le reste de l'année. On reste dans les mêmes proportions, entre les propriétaires des salles, les distributeurs, les producteurs... C'est un effort collectif du secteur.

#### 2 Le sponsor est-il content? D'autres entreprises, d'autres

#### marques cherchent-elles à s'attacher au cinéma?

C'est au sponsor de répondre! Il a l'air heureux, oui, nous étions déjà associés à Fortis en 2005, et nous sommes repartis pour 2015. Cette année, nous avons démarré deux autres événements: la Nuit du Palmarès Magnum, le 25 mai dans 5 cinémas du pays. L'idée était de retransmettre en direct la cérémonie de clôture du Festival de Cannes, puis de projeter en avant-première un film de la Sélection Officielle dans la foulée. Et en plein mois de juin, malgré la Coupe du Monde, on a lancé les Coca-Cola Summer Movies dans 9 cinémas, avec pas moins de 12 avant-premières dans chacun des complexes.

Depuis la digitalisation des salles, les spots peuvent évoluer. Avant, en 35

mm, les coûts étaient plus grands, on ne pouvait pas faire retirer des copies à l'envie, faire évoluer le contenu. Aujourd'hui on peut communiquer plus facilement, par exemple sur les avant-premières liées aux Film Days.

#### 3 La hausse de fréquentation attendue est-elle quantifiable?

Les paramètres sont très nombreux: la météo, les films en présence... Mais on peut comparer avec les autres semaines du mois de septembre et reprendre les chiffres des précédentes éditions. Pour donner une idée, l'année dernière en comparant avec les semaines qui ont précédé et qui ont suivi, on a doublé le nombre d'entrées. On attend quand même pour ces quatre jours entre 350 et 400 000 spectateurs...