

Le retour des cinémas au centre-ville ?

Des cinémas haut de gamme dans les centres urbains. Des multiplexes bourrés de technologie en banlieue. Le cinéma est en pleine mutation.

● **Sophie LAUBIE**

À la pointe de la technologie, en interaction constante avec son public, proposant toujours plus de contenus et services, du restaurant à la garderie : la salle de cinéma de demain sera un lieu de vie hyperconnecté, selon un rapport publié en France.

Alors que 40 000 nouvelles salles ont été créées dans le monde entre 2005 et 2015, avec une croissance fulgurante en Chine, «*la salle de cinéma a un avenir*», souligne ce rapport de Jean-Marie Dura, ex-directeur général du réseau européen UGC et de la société spécialisée dans le numérique Ymagis.

Mais, «*dans un contexte de profondes mutations*» (avènement du numérique, montée en puissance des réseaux sociaux...), «*elle doit relever de nombreux défis*», poursuit ce document publié mardi et intitulé *La salle de cinéma de demain*.

Premier changement, les salles de cinéma vont connaître un «*retour en centre-ville*» dans la plupart

des pays du monde, avec «*des cinémas haut de gamme, très urbains*», selon le rapport.

Avec une identité architecturale forte, œuvres d'architectes connus ou détournant d'anciens bâtiments industriels, ces cinémas offriront de nouveaux services, du dîner dans la salle (déjà tendance aux États-Unis) à la garderie pour les enfants, en passant par la librairie ou le bar avec vins haut de gamme et produits bio.

Ils seront aussi conçus comme des lieux de vie et de rencontres ouverts sur d'autres disciplines (expositions, concerts), avec un public davantage impliqué dans le financement du lieu ou l'animation.

Multiplexes spectaculaires

Les multiplexes, eux, devraient continuer à avoir toute leur place, mais se différencier davantage en se tournant vers le spectaculaire.

Ils le feront avec «*plus de technologie*», appelée à offrir de nouvel-

les sensations aux côtés de la 3D (projection laser, son immersif, salles dédiées à la réalité virtuelle...), des sièges plus grands, inclinables et plus espacés, ou une programmation «*enrichie de contenus alternatifs attractifs pour les jeunes, comme le e-gaming (tournois de jeux vidéo) et les séries TV*».

Grâce au numérique qui rend disponible une multitude de contenus, la salle de cinéma pourra proposer davantage de «*hors*

film» (retransmission de concerts, théâtre, opéra, conférences

et cours, séries...) ou de «*hors écran*» (plateforme de VOD proposant des bonus sur le site internet de la salle).

Hyperconnectée, la salle devra également «*aller chercher le spectateur là où il est*», sur internet, les réseaux sociaux et sur son smartphone, notamment les jeunes.

Par ailleurs, la montée en puissance du marché asiatique – surtout chinois –, où le cinéma est surtout vu comme un loisir de masse, pourrait avoir des répercussions dans le reste du monde, pointe le document.

Parmi les conséquences attendues : des blockbusters davantage conçus pour plaire au public chinois, une prise de contrôle de certains circuits européens, ou un usage plus tourné vers le divertissement que vers la culture.

L'exploitation «*est entrée dans une phase de consolidation aux niveaux régional et mondial, qui aboutira à la création de cinq ou six grandes chaînes internationales*», forçant les autres opérateurs à «*se différencier toujours plus*», conclut le rapport. ■

«Ces cinémas offriront de nouveaux services, du dîner dans la salle à la garderie pour les enfants.»