

ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE
DES MÉTIERS DE L'IMAGE ET DU SON

La femis

La Fémis Section Distribution/Exploitation

Une salle dédiée au cinéma documentaire

du bon usage de la spécialisation en faveur de la diversité
culturelle

Astrid Charles

Année de soutenance 2015

Sous la direction de Cédric Mal

Remerciements

Je remercie Cédric Mal, mon directeur de recherche.

Je remercie l'équipe de direction de La Fémis ainsi que les directeurs du département Exploitation/Distribution.

Je remercie ma tutrice de stage, Juliette Rajon, pour son soutien et ses encouragements.

Je remercie les personnes qui m'ont aidées pour cette étude : Cyril Peyramond, Laurence Conan, Eric Lavocat, mes amis et camarades de promotion Agnès Salson, Marie Hungler, Coline Crance, Justine Sanson, Bertrand Jeandel, Kevin Jardel et Kevin Dutot, ma famille, Florian Weber et Benoit Peillon.

Introduction.....	7
Partie 1. Etat des lieux du documentaire en France : enjeux et perspectives.....	10
I. Le documentaire de création : un genre « déplacé ».....	11
1. Les financements d'un genre en mal de définition	11
La réinvention du genre documentaire par la télévision	11
La filière cinéma	12
L'investissement des régions dans le documentaire: renversement d'un positionnement historique.....	13
2. De la tension entre les oeuvres documentaires et les formats	14
3. L'hégémonie ou le refus des sujets?	15
II. Les acteurs de la diffusion du documentaire : un tissu dense, protéiforme, majoritairement non commercial.....	16
1. L'engagement des bibliothèques au service de la territorialisation du documentaire.....	16
2. La mise en visibilité des films documentaires produits par les régions	18
3. La salle de cinéma: quelles perspectives pour les films documentaires aujourd'hui?	20
Le prestige de la salle retrouvé	20
De la nécessité d'accompagner les films en salle.....	21
III. L'impact transversal du web sur la création documentaire.....	23
1. La naissance de nouvelles formes d'art.....	23
2. La création documentaire aux mains de la foule	26
3. Les oeuvres produites par le web en salle	28
Conclusion.....	30

Partie 2. Anatomie d'une salle dédiée au cinéma documentaire	31
I. Diversifier les publics du cinéma documentaire	33
1. Se connecter aux usages des spectateurs.....	33
2. Réinventer le lien social: des exemples de lieux du <i>commun</i>	33
3. Le rôle des médiateurs.....	36
Un espace central et premier de convivialité	36
Le média propre à la salle	36
Des micro-équipements médiateurs	37
Les auteurs en salle	Erreur ! Signet non défini.
II. Programmer les oeuvres documentaire	39
1. La multiprogrammation et le travail sur le long terme.....	39
2. Le travail en réseau: synergie et réactivité	39
La veille documentaire.....	39
Perméabilité et réactivité.....	40
Mutualisation et travail en réseau	41
Les webdocumentaires en salle.....	41
3. Le documentaire pour le public jeune	41
Dispositifs d'éducation à l'image	42
Le jeune public.....	42
Le public adolescent	42
III. Générer des ressources	44

1. ... Via les plateformes de financement collectif	44
2. ... pour soutenir les auteurs.....	44
3. ... pour élargir le champ d'action du lieu	45
Conclusion.....	47
BIBLIOGRAPHIE.....	49
Ouvrages	49
Etudes, Rapports.....	50
Mémoires	50
Conférences en ligne	50
ANNEXES.....	52
Tableau I. Les commandes des diffuseurs en documentaire en 2013	52
Tableau II. Participation moyenne de films soutenus par des diffuseurs au cours des périodes 2002-2005 et 2006-2011 aux festivals FIPA, Cinéma du réel et FID	52
Tableau III. Longs métrages documentaires agréés bénéficiant d'aides des collectivités territoriales.....	53
Tableau IV. Les genres de documentaire télédiffusés	53
Tableau V. Documentaires en première exclusivité en salle selon le nombre d'établissements en première semaine.....	53
Tableau VI. Films documentaires inédits selon le nombre d'entrées en salle.....	53
Tableau VII. Les films documentaires ayant réalisé le plus d'entrées en salle entre 2009 et 2013 :	54

Entretien avec M. Cyril Peyramond, coordinateur du dispositif de diffusion Toiles du doc en région Rhône-Alpes	55
Plaquette Toiles du doc.....	62
Figures 1 et 2 © Le banc à palabre de Sarah de Gouy	64
Figures 3 et 4 © Le vélo en bois de réemploi du Collectif OpenSources	65
Figures 5 et 6 © Le très bon coin	66

Introduction

La diffusion du cinéma documentaire est un enjeu esthétique, social et politique majeur de notre société. Regarder un film documentaire suppose encore, pour un grand nombre de spectateurs, de devoir fournir un effort intellectuel particulier dans le but d'accéder à un savoir, à une connaissance du sujet¹. Or, sans nier cette fonction, il est indéniable que chaque film documentaire constitue aussi un point de vue subjectif, une forme cinématographique qui aborde le réel à travers le regard d'un auteur. Des termes spécifiques tels que « documentaire de création » ou « documentaire d'auteur » font valoir la distinction entre le « document audiovisuel » réalisé dans le but d'illustrer ou de vulgariser la connaissance et l'information et le « film documentaire ». Inventé en 1987, le label « documentaire de création » est mis en place pour valoriser le travail des auteurs. La Commission Nationale de la Communication et des Libertés (CNCL) le définit comme un film « qui se réfère au réel, le transforme par le regard original de son auteur et témoigne d'un esprit d'innovation dans sa conception, sa réalisation et son écriture. Il se distingue du reportage par la maturation du sujet traité et la réflexion approfondie, la forte empreinte de la personnalité d'un réalisateur et/ou d'un auteur »². Le Réseau des Organisations Documentaires (ROD) en donne la définition suivante: « une démarche artistique qui structure une représentation du réel »³.

Le cinéma contemporain connaît un dépassement des frontières séparant les genres. Le nouveau paradigme, n'est plus le rêve, la dimension mythique des stars de cinéma, mais le *people*, la « réalité » ou plutôt le rapport au « réel »⁴. Les frontières entre documentaire et fiction sont plus poreuses, les films polymorphes, « impurs ». La démocratisation du web a entraîné la naissance d'une « nouvelle forme d'art »⁵ : le documentaire interactif. Ces œuvres créent un nouveau langage, un nouveau mode incluant et démocratique d'adresse au spectateur et de mise en scène du matériau documentaire. Héritier du cinéma documentaire qui fut à l'origine de nombreuses avants-gardes techniques et esthétiques dans l'Histoire du septième art: le moment matriciel des premières vues Lumières, les figures tutélaires que furent Robert Flaherty et Dziga Vertov, le temps de la propagande, l'arrivée du

¹ Documentaire (Larousse) « film, à caractère didactique ou culturel, visant à faire connaître un pays, un peuple, un artiste, une technique, etc. »

² Thomas Schmitt « *Le cinéma documentaire à la télévision* », in Laurent Creton (dir), *Le Cinéma à l'épreuve du système télévisuel*, Paris, CNRS Édition, 2002, p. 208

³ Barreau-Brouste Sophie, "Le documentaire télévisé les enjeux d'une définition controversée", *Le documentaire un genre multiforme*, [en ligne] <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/le-documentaire-televise-les-enjeux-d-une-definition-controversee.html> Ina-expert [consulté le 20/11/2015]

⁴ Comolli Jean-Louis, "Entre de désir de liberté et obligations des contraintes", Entretien avec George Heck [en ligne] <http://leblogdocumentaire.fr/entre-desir-de-liberte-et-obligation-des-contraintes-par-jean-louis-comolli/> Le Blog Documentaire, 9/04/2011 [consulté le 24/11/2015]

⁵ Tom Perlmutter, cité par Lachance Adrien, "L'ONF va lancer une multiplateforme internationale du documentaire" [en ligne], le 3/05/2013, Rcinet.ca <http://www.rcinet.ca/fr/2013/05/03/lonf-va-lancer-une-multiplateforme-internationale-du-documentaire/> [consulté le 26/02/2015]

direct avec le son synchrone, les approches militantes de la fin des années 60, etc. le webdocumentaire s'est également nourri des apports du journalisme et de la tradition de l'oralité en salle de cinéma.

Dès 1975, l'essor de la vidéo et de la télévision a bénéficié à la mise en valeur du cinéma documentaire. Aujourd'hui la résistance aux formats du genre et la volonté des auteurs de partager des réflexions et des expériences sur des dimensions complexes du monde, sur des questions politiques, philosophiques, métaphysiques, historiques par la langue des images font que le documentaire a du mal à s'adapter aux contraintes horaires et formelles du petit écran. Si le propre de la télévision repose sur la création de rendez-vous, le contexte concurrentiel renforcé que les programmeurs de chaînes connaissent actuellement empêche, souvent, l'innovation et la prise de « risques ». Nombreux sont les réalisateurs, déçus par le « formatage » des chaînes, qui se tournent vers les salles de cinéma pour bénéficier d'une plus grande liberté créatrice. Le nombre de sorties de films documentaires en salle se trouve en constante augmentation depuis dix ans. Cependant, si la sortie en salle permet à certains films documentaires de trouver leur public, les résultats de la grande majorité d'entre eux restent marginaux. L'influence transversale du numérique modifie structurellement les systèmes de légitimité de l'offre culturelle. L'accès aux œuvres est devenu (ou donne l'impression d'être devenu) infini, immédiat et gratuit. La viralité permet à certains films de rencontrer un succès fulgurant via leur diffusion sur le web. En 2014, un film documentaire comme *Anaïs s'en va en guerre*, portrait d'une jeune agricultrice en Bretagne, comptabilise plus de 500 000 vues sur internet en quelques mois. Les notions de programmation et de médiation culturelle sont à questionner dans ce contexte. Quel est le rôle de la salle de cinéma dans notre société sinon de créer des communautés éphémères desquelles peuvent surgir le débat, la réflexion et les rencontres ? La tribune *Nous sommes le documentaire*⁶ signée par 1 800 professionnels de la filière en mars 2015 et le communiqué de presse *Ca suffit comme ça!*⁷ publié par le Syndicat des Producteurs Indépendants (SPI) en avril 2015, traduisent la volonté des acteurs de la filière documentaire d'un développement de nouveaux modèles de financement et diffusion.

Nous questionnerons la pertinence d'une salle dédiée au cinéma documentaire. Le bon usage de la spécialisation d'une salle de cinéma favorise-t-il la diversité culturelle?

Un état des lieux du documentaire en France permettra de mettre en exergue la place des œuvres documentaires sur le petit et le grand écran aujourd'hui. Nous étudierons le réseau dense d'acteurs majoritairement non-commerciaux de la diffusion des œuvres du réel et questionnerons l'impact transversal du web sur les étapes de la création et de la diffusion des projets documentaires. A partir des constats réalisés à travers cet état des lieux, nous proposerons un modèle de salle dédiée au cinéma

⁶<http://nous sommes le documentaire.fr/>

⁷<http://www.lespi.org/CA-SUFFIT-COMME-CA>

documentaire visant à diversifier ses publics, nous interrogerons la spécialisation en faveur de la diversité des oeuvres mises en valeur et nous nous demanderons comment générer des ressources pour soutenir la création documentaire et aggrandir le champ d'action de la salle.

Partie 1. Etat des lieux du documentaire en France : enjeux et perspectives

Le documentaire est un genre qui ne trouve pas sa place sur le marché⁸. Il se trouve être, paradoxalement, l'un des genres les plus créatif sur le plan formel et l'un des plus sous-financé sur le plan économique. D'un point de vue quantitatif les résultats affichés du documentaire sont excellents, le nombre d'heures de programmes documentaires audiovisuels atteint un niveau record en 2013.

Le nombre de films documentaires en salle augmente sans discontinuer au cours de la dernière décennie, cependant si la salle permet à certains documentaires de rencontrer leur public, les résultats de la majorité d'entre eux restent marginaux. Une « communauté documentaire » nationale prend le relais de la diffusion des œuvres en irriguant le territoire de nombreuses projections souvent non-commerciales.

Le web a modifié structurellement le paradigme de la création et de la diffusion des œuvres documentaires en instaurant un nouveau mode de rapport au public, qui dans sa forme la plus interactive s'engage sur les voies de la coproduction et/ou de la co-crédation du projet (web)documentaire.

⁸ Mordillat Gérard, Questions documentées, [en ligne] <http://leblogdocumentaire.fr/questions-documentees-par-gerard-mordillat/>, Le Blog documentaire, [consulté le 23/03/2015]

I. Le documentaire de création : un genre « déplacé »

1. Les financements d'un genre en mal de définition

La réinvention du genre documentaire par la télévision

De prime abord les chiffres du documentaire audiovisuel de l'année 2013 sont excellents. Selon le rapport du CNC, *Le marché du documentaire en 2013*, 3 092 heures de documentaires audiovisuels ont été produites en 2013⁹ ce qui représente un record. La multiplication du nombre de chaînes, l'augmentation de leur nombre d'heures de diffusion¹⁰ et le faible coût des programmes documentaires expliquent cette croissance impressionnante. Les financements français destinés à la production de programmes documentaires restent en hausse (+10,8%) tout comme les engagements de diffuseurs (+8,8 %). En 2013, les apports des producteurs français, qui sont plus de 600 à ce jour¹¹, augmentent de 13,2 % par rapport à 2012.

France Télévisions finance 1 034 heures de documentaire soit 30% du volume horaire total de documentaire. France 3 s'implique dans 427 heures de documentaire en 2013, France 5 dans 284 heures. ARTE est la principale chaîne commanditaire de programmes documentaires aidés (11 %) et investit dans 348 heures de documentaire en 2013.

La hausse du volume horaire constatée depuis quelques années est imputable à l'augmentation des commandes des chaînes de la TNT privées gratuites. L'arrivée de nouvelles chaînes a entraîné la naissance de nouveaux types de programmes conçus spécifiquement pour leurs lignes éditoriales. Les programmes des chaînes de la TNT se sont régulièrement trouvés au cœur de polémiques sur la définition du genre documentaire, notamment en ce qui concerne les « scripted reality ». Le « réel scénarisé » est un genre nouveau qui allie télé-réalité et fiction sur des sujets du quotidien dramatisés et joués. « Tellement vrai » diffusé par NRJ12 est considéré par le CNC et le CSA comme un programme documentaire français et est soutenu comme tel. Les professionnels indépendants dénoncent la multiplication des « œuvres audiovisuelles » qui détournent l'appellation « documentaire » et les aides afférentes¹². En 2013, neuf chaînes de la TNT privée investissent dans

⁹Cf. Tableau 1 en annexe

¹⁰En 2013, le nombre d'heures initiées par les chaînes nationales publiques augmente (+4,8 %) par rapport à 2012, elles sont à l'initiative de 44,5 % des heures de documentaire aidées. Les chaînes nationales privées, dans l'ensemble, diminuent leur nombre d'heures commandées (-16,4%) par rapport à 2012, cependant elles augmentent leur investissement total à 37.19M € en 2013

¹¹Collas Gérard, *Le financement d'un genre en mal de définition* [document en ligne], <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/le-financement-d-un-genre-en-mal-de-definition.html>, E-Dossier Ina-Expert *Le documentaire un genre multiforme* [en ligne], novembre 2013

¹²Barreau-Brouste Sophie, *Le documentaire télévisé : les enjeux d'une définition controversée* [document en ligne], <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/le-documentaire-televisé-les-enjeux-d-une-definition-controversee.html>, E-Dossier Ina-Expert *Le documentaire un genre multiforme* [en ligne], novembre

des contenus documentaires. M6 augmente son niveau de commandes à 168 heures, TF1 à 41 heures. NRJ12 est la chaîne de la TNT privée gratuite la plus impliquée dans le genre documentaire¹³.

Canal+ diminue son volume de programmes documentaires de moitié, passant de 104 heures en 2012 à 70 en 2013. 45 chaînes thématiques participent au financement d'un programme documentaire minimum.

Phénomène récent, 48 chaînes locales investissent dans la production de 379 heures de documentaire : elles sont à l'origine de 8,6 % des volumes de documentaires produits en 2013.

La télévision, parce qu'elle finance et distribue le documentaire de façon très importante, a modifié la pratique des documentaristes et les attentes du public envers le genre¹⁴. Les formes prises par les documentaires ont considérablement évoluées pour s'adapter aux contraintes des diffuseurs au point de parvenir à une rupture radicale entre la majorité des programmes documentaires télédiffusés et les films documentaires sélectionnés par les festivals, les circuits culturels et les salles de cinéma. Les sélections des trois festivals nationaux phares de cinéma documentaire que sont le FIPA, Cinéma du réel et le FID Marseille, ont vu diminuer de moitié les films bénéficiant du soutien d'une chaîne au cours de la dernière décennie. Entre 2002 et 2005, 23 films par an en moyenne bénéficiaient de l'apport d'une chaîne contre 9 seulement entre 2006 et 2011 dans la sélection des trois festivals au total¹⁵. La vitalité affichée du documentaire en termes quantitatifs dissimule une offre qualitative inconséquente.

La filière cinéma

Selon *le marché du documentaire en 2013*, le nombre de films documentaires agréés par le CNC augmente au cours de la dernière décennie. L'année 2013 en compte 38, soit 13 de plus qu'en 2004, dont 17 sont des premiers films. Le CNC fait scrupuleusement observer le non-cumul du soutien audiovisuel et du soutien cinématographique. Une œuvre produite avec une télévision et qui aurait bénéficié du Compte de soutien aux industries de programme (COSIP) ne peut prétendre à l'Avance sur recettes ou à tout autre financement du CNC dédié aux œuvres cinématographiques. Rien n'empêche réglementairement, une œuvre audiovisuelle de sortir en salles au lendemain de sa diffusion télévisuelle. Le choix de la filière cinéma n'est pas toujours le plus avantageux. Les aides du CNC se trouvent pour ce genre inférieures à celles accordées pour la fiction, dont les budgets s'avèrent en général bien supérieurs. Le devis moyen de l'ensemble des devis des documentaires agréés en 2013 est

2013

¹³Avec 6,7 M€ investis dans 181 heures de programmes dont 155 heures en tant que premier diffuseur

¹⁴Pelletier Frédéric, "Le réel mis en image : à propos d'un malentendu" [en ligne] Hors Champ, <http://www.horschamp.qc.ca/spip.php?article123>, septembre 2003 [consulté le 20/01/2014]

¹⁵Cf. Tableau II en annexe

de 1,47 M €. 75% des films agréés ces dix dernières années possèdent un devis s'élevant à moins d'1 M €.

En 2013, l'Avance sur recettes avant réalisation est accordée à cinq documentaires agréés¹⁶ pour une enveloppe totale de 1,47 M € et un montant moyen de 101 k €. En 2013, 23 % des sommes investies dans les longs métrages documentaires émanent des mandats, 8,5 % des apports étrangers et 13,4 % des apports des chaînes de télévision. Les aides publiques du CNC et des collectivités territoriales couvrent 6,6 % de leur devis total.

En 2013, France 2 s'engage sur une oeuvre documentaire, au même titre que France 3. ARTE intervient dans 3 longs métrages en 2013. TF1 et M6 participent respectivement au financement d'un film. Canal + investit dans 3 documentaires agréés, Ciné + pré-achète un documentaire et OCS intervient dans un long métrage documentaire en 2013. 32 films ne bénéficient donc d'aucun apport de chaîne de télévision. Pour les diffuseurs, coproduire un documentaire de cinéma est problématique : considéré comme une oeuvre cinématographique, la chronologie des médias interdira sa diffusion immédiate à l'antenne.

L'investissement des régions dans le documentaire: renversement d'un positionnement historique

L'année 2013 enregistre la plus forte baisse des crédits investis par les collectivités en faveur du cinéma depuis quinze ans, - 2 % au total. Les collectivités territoriales font face à un contexte budgétaire incertain et mouvementé lié notamment aux réformes fiscales et territoriales récentes. Seules 15 collectivités augmentent leurs investissements en 2013 contre 25 en 2012, 17 les diminuent. Parmi les 5 fonds d'aides français les plus importants, 4 réussissent en 2013 à augmenter leurs investissements¹⁷.

Le documentaire voit baisser ses crédits de 7% avec 16 collectivités impliquées. Le nombre d'aides accordées aux projets documentaires recule également de -3 %. Ce phénomène est significatif car il représente un renversement du positionnement historique des collectivités qui valorisent traditionnellement le documentaire afin de structurer les sociétés implantées sur leurs territoires. Malgré une diminution du nombre de films aidés entre 2012 et 2013, une évolution positive du nombre de projets aidés par les collectivités territoriales entre 2004 et 2013¹⁸ est observée. L'apport moyen par film s'élève à 82,3K €.

¹⁶Il s'agit d'Une *jeunesse allemande* de Jean-Gabriel Periot, *Vienne avant la nuit* de Robert Rober, *L'Ennemi invisible* et Jonathan Littell, *Le Bouton de nacre* de Patricio Guzman, *Francophonie*, *le Louvre sous l'occupation* d'Alexandre Sokourov.

¹⁷Ressources et études CICLIC, *Audiovisuel et cinéma : panorama des interventions territoriales 2013*, [en ligne] <http://interne.ciclic.fr/guide/REC-n1-Guide2014.pdf> [consulté le 20/01/2015]

¹⁸Cf. Tableau III en annexe

2. De la tension entre les oeuvres documentaires et les formats

Le documentaire se trouve pris dans un ensemble de contraintes visant à le rendre accessible, informatif, actuel et porteur¹⁹. Le genre majoritairement diffusé par les chaînes reste le documentaire dit de « société »²⁰. En 2013, 90,5 % des projets de documentaires soutenus par le CNC sont des programmes unitaires. Historiquement, le format dominant reste le « 52 minutes », il représente 45,2 % du volume horaire total de documentaires produit en 2013.

L'alliance historique du documentaire et de la télévision est remise en cause depuis plusieurs années en France. Les communautés soutenant le documentaire attendent des diffuseurs la reconnaissance du documentaire en tant que « film de service public »²¹. Aux États-Unis, par exemple, il apparaît au contraire normal que les discours contestataires, voire dissidents, par rapport au discours dominant aient du mal à trouver une place dans les médias. La notion de « formatage » apparaît en 2000²² dans les publications à propos du documentaire et de son rapport à la télévision. Le « format » notamment défini par la limite de la durée de l'œuvre devient la marque d'un processus de pression découlant de logiques commerciales et d'un souci d'audience accru. En ce sens, le formatage empêche l'apparition de formes susceptibles de porter un discours alternatif à celui du pouvoir dominant. Plus la durée du film est courte, plus le film voit son propos et le point de vue de son auteur se simplifier, voire disparaître. Cette critique du formatage pourrait tendre dangereusement à voir la qualité formelle et l'intérêt culturel et politique des documentaires être définis au vu de leur degré plus ou moins grand d'« affranchissement » aux formats télévisuels. La volonté d'émancipation aux contraintes imposées par la diffusion télévisuelle amène les réalisateurs à tendre aujourd'hui vers un certain formalisme : le « faire lent » est par exemple symptomatique du rejet de la demande d'efficacité de la télévision²³. La notion de « formatage » est entrée dans le langage courant et est aujourd'hui utilisée par les spectateurs pour dénoncer l'industrialisation, le sentiment de « déjà-vu », les clichés, les stéréotypes de l'offre télévisuelle et cinématographique. Cela atteste d'une capacité de résistance des spectateurs à la standardisation, alors même que le format est édicté par les chaînes au nom du public. Les spectateurs

¹⁹Masi Bruno, *L'art déformé ou l'art des formats*, [en ligne] <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/l-art-deforme-ou-l-art-des-formats-de-la-tension-entre-documentaire-et-format.html>, E-Dossier Ina-Expert *Le documentaire un genre multiforme* [en ligne], novembre 2013

²⁰Cf. Tableau IV en annexe

²¹Masi Bruno, *L'art déformé ou l'art des formats*, [en ligne] <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/l-art-deforme-ou-l-art-des-formats-de-la-tension-entre-documentaire-et-format.html>, E-Dossier Ina-Expert *Le documentaire un genre multiforme* [en ligne], novembre 2013

²²Ibid.

²³Bole Nicolas, "Cinéma du réel 2015 : des films trop longs et trop formalistes?" Le Blog documentaire [en ligne] <http://leblogdocumentaire.fr/cinema-du-reel-2015-des-films-trop-longs-et-trop-formalistes/> 15/04/2015 [consulté le 16/04/2015]

conscients d'être réduits à des cibles selon leur âge, leurs appartenances sociales et culturelles, etc. témoignent de leur insatisfaction et de leur volonté de peser dans l'espace de discussion public autour des films et des programmes de télévision²⁴.

3. L'hégémonie ou le refus des sujets?

En 1993, l'association des cinéastes documentaristes Addoc organise un débat sur la question du « sujet » qui avait inspiré à Jean-Louis Comolli la formule aujourd'hui célèbre : « Je résumerais la question du sujet en un mot : comment s'en débarrasser ? »²⁵. L'hégémonie du sujet, souvent décriée comme l'apanage de la télévision, correspond aujourd'hui également à la commande implicite de la salle de cinéma comme en témoignent certains documentaires, américains en général, qui utilisent le cinéma du réel pour authentifier un storytelling standardisé plutôt que pour déplacer le regard du public. Vingt ans plus tard, en 2013, la SCAM organise la table ronde « Le grand écran: chance ou ghetto pour le film documentaire? »²⁶ au cours de laquelle la problématique est ré-abordée par les réalisateurs et les représentants de la distribution et de l'exploitation du documentaire. La réalisatrice Ariane Doublet distingue les contraintes d'une série documentaire où la chaîne définit un cahier des charges clair et sa démarche d'auteur dans *Suite Normande* dont le propos ne cadrerait pas avec la demande de « sujets » de la télévision. Mariana Otero décrie la difficulté de devoir résumer son sujet en une phrase. Le producteur de Zadig Film, Bruno Nahon, explique qu'après avoir produit une cinquantaine de documentaires pour la télévision il « n'arrivait plus à respirer. Chaque décisionnaire dans une chaîne doit convaincre l'étage supérieur de sa hiérarchie. Il veut un « pitch » en une phrase, il a peur et la peur se transmet d'étage en étage ». Certains sujets n'intéressent pas les chaînes, Jean-Pierre Duret souhaitait réaliser son dernier film *Se battre*, sur la pauvreté, avec ARTE, mais il affirme qu'« un scénario avec les mots “RMI” et “RSA” a toutes les chances d'être écarté ». Tous se tournent vers la salle aujourd'hui pour réaliser leurs films, non par défaut parce que la télévision n'en a pas voulu, mais parce que le cinéma constitue une autre manière de s'adresser aux spectateurs.

²⁴Masi Bruno, L'art déformé ou l'art des formats, [en ligne] <http://www.ina-expert.com/e-dossier-le-documentaire-un-genre-multiforme/l-art-deforme-ou-l-art-des-formats-de-la-tension-entre-documentaire-et-format.html>, E-Dossier Ina-Expert *Le documentaire un genre multiforme* [en ligne], novembre 2013

²⁵Catherine Bizern, sous la direction de, *Documentaire, manières de faire, formes de pensée*, Addoc/Yellow Now, 2002.

²⁶Table ronde "Le grand écran: chance ou ghetto pour le film documentaire?" [en ligne] <http://www.scam.fr/tabid/363252/articleType/ArticleView/articleId/8163/Le-cinema-espace-etroit-de-liberte-pour-le-documentaire.aspx> [consulté le 15/11/2014]

II. Les acteurs de la diffusion du documentaire : un tissu dense, protéiforme, majoritairement non commercial

1. L'engagement des bibliothèques au service de la territorialisation du documentaire

La diffusion du cinéma documentaire en France, repose en grande partie sur le dynamisme d'une « communauté documentaire » rassemblée autour d'un objectif commun : médiathèques, centres culturels, associations, œuvrent ensemble à la mise en valeur des documentaires de création sur le territoire national. Ces dispositifs de diffusion sont nés d'une volonté conjuguée des politiques publiques et d'initiatives humaines et locales. Aujourd'hui le réseau des médiathèques est un acteur historique crucial de la diffusion du cinéma documentaire sur le territoire.

La projection d'une œuvre audiovisuelle en bibliothèque est rendue possible dans le cadre des règles qui régissent le cinéma non commercial (défini par le code du cinéma et de l'image animée). Ces projections s'inscrivent dans le périmètre de séances organisées dans le cadre des services public à caractère non commercial et ne sont donc pas soumises au contrôle des recettes par le CNC. D'après l'enquête de réseau réalisée par Images en bibliothèque en 2012, les films documentaires représentent aujourd'hui, en moyenne, un tiers des collections audiovisuelles d'une bibliothèque. Seules 3,5 % des bibliothèques répondantes ne disposent pas de films de fiction, tandis que toutes possèdent des films documentaires dans leurs collections. Selon cette même enquête, 26.3 % des bibliothèques organisent plusieurs projections de films documentaires par trimestre, 24.6 % organisent une projection par an et 21 % n'organisent pas de projection. Si 66.6 % des bibliothèques interrogées disposent d'un budget spécifique aux projections et à l'animation dédié aux collections audiovisuelles variant entre 300 € et 10 k €, 33.3% n'ont aucun budget dédié. 74 % des bibliothèques disposent d'un vidéoprojecteur et 54.4 % d'une salle de projection ou d'un auditorium.

Le Mois du film documentaire, coordonné par l'association Images en bibliothèque, se distingue comme le plus important des événements annuel pour le cinéma documentaire en bibliothèque. L'association Images en bibliothèques est créée en 1989 à l'initiative de Catherine Blangonnet. Il s'agit d'une association de professionnels de l'image animée des bibliothèques dont l'objectif principal est de fonder un réseau d'échange de pratiques afin de contribuer au développement du cinéma, notamment documentaire, dans les bibliothèques. En 2014/2015 le réseau de bibliothécaires de l'image compte 557 établissements²⁷ (bibliothèques municipales, départementales, universitaires, régionales, BNF, BPI, etc.). Il s'agit d'un événement national qui permet aux

²⁷<http://www.imagesenbibliotheques.fr/spip.php?rubrique14>

bibliothèques d'organiser des projections et des rencontres autour de films documentaires en partenariat avec les salles de cinémas et les établissements scolaires locaux.

Les objectifs du Mois du film documentaire sont de valoriser des œuvres rares ou peu diffusées, proposer des moments de découverte collective, susciter la curiosité et initier des échanges, faciliter la rencontre entre les cinéastes et les publics, sensibiliser le jeune public au documentaire, favoriser les rencontres interprofessionnelles des acteurs de la diffusion, développer un réseau de pARTEnaires pour la visibilité du documentaire, élargir les publics des structures participantes grâce à une communication mutualisée²⁸.

Les structures participantes font leurs propres choix de programmation. Une sélection de films dont les droits ont été négociés pour l'ensemble des bibliothèques publiques françaises est à la disposition des structures, ainsi, même celles qui ne disposent pas d'un budget dédié peuvent prendre part à la manifestation. En 2014, 1940 structures²⁹ organisent environ 3000 projections destinées à 156 300 spectateurs sur tout le territoire national³⁰ (+5,6 % par rapport à 2012)³¹. En 2012, Images en bibliothèque inaugure, en partenariat avec Le blog documentaire, une sélection parallèle dédiée aux webdocumentaires. Cette sélection, comprenant cette année 20 projets visibles en ligne, à l'avantage de mettre en avant des projets innovants et ambitieux, elle permet également d'organiser des débats professionnels questionnant les nouvelles pratiques de diffusion à imaginer pour les créations par le web et implique les spectateurs par le vote.

Selon l'enquête réalisée par Images en bibliothèque, 11,4 % des bibliothécaires soulignent leurs difficultés à attirer le public aux projections qu'ils organisent : 8,8 % affirment la motivation et la satisfaction des publics. L'organisation de rencontres avec les réalisateurs est encouragée cependant tous les établissements ne disposent pas d'un budget dédié : 21,9 % des bibliothèques n'organisent jamais de rencontres en lien avec la projection d'un film, 46,5 % ne le font qu'une fois par an, 30,7 % une fois par trimestre, et seulement 0,9 % plusieurs fois par trimestre. Durant l'édition 2014 du Mois du documentaire, quatre tournées de cinéastes ont été organisées au niveau national, ainsi qu'une tournée internationale et une trentaine de tournées régionales³².

En 1990, les liens entre le Catalogue National de Films documentaires, géré par la Bibliothèque

²⁸<http://www.moisdudoc.com/>

²⁹Associations, musées, centres culturels, salles de cinéma, collectivités territoriales, structures sociales, établissements éducatifs, centres culturels français à l'étranger, etc.

³⁰52 spectateurs en moyenne par séance.

³¹<http://www.imagesenbibliotheques.fr/spip.php?rubrique23>

³²<http://www.imagesenbibliotheques.fr/spip.php?rubrique23>

Publique d'information (BPI), et l'association Images en bibliothèques se matérialisent par l'instauration d'une commission de sélection au sein de l'association qui choisit les films acquis pour figurer au catalogue. Plus qu'un simple fournisseur, il s'agit d'un réseau qui comprend environ 700 bibliothèques dont 200 sont réellement actives. Une trentaine de nouvelles adhésions environ sont dénombrées chaque année. Le CNF dispose aujourd'hui de 1500 films environ, avec 80 films acquis et 20 films renouvelés en moyenne chaque année³³.

Avec 4700 bibliothèques réparties sur l'ensemble du territoire national, 3000 projections sont en moyenne organisées chaque année (soit 8,5 projections par jour). Les réalisateurs se trouvent généralement rétribués à hauteur de 150 à 250 € par projection, ce qui suppose un investissement annuel de la part des bibliothèques de 450 k € à 750 k € pour organiser des séances-débats³⁴. Ces chiffres réaffirment le statut d'acteur majeur des médiathèques en faveur de la diffusion du cinéma documentaire sur le territoire français.

2. La mise en visibilité des films documentaires produits par les régions

Les régions françaises s'engagent aujourd'hui dans le soutien à la diffusion des films documentaire qu'elles soutiennent. Les Toiles du doc³⁵ est un nouveau dispositif de soutien à la diffusion qui a été initié cette année par la région Rhône Alpes et le département Ardèche en la personne de Cyril Peyramond³⁶ pour répondre aux enjeux de mise en visibilité des films documentaires soutenus, produits et réalisés en région ou par des acteurs régionaux.

Les objectifs principaux du dispositif sont d'améliorer la visibilité des œuvres documentaires conçues, produites et réalisées en Rhône Alpes ou par des acteurs rhônalpins, favoriser l'accès des publics au cinéma documentaire, développer des échanges entre le public et les créateurs, participer à la dynamisation territoriale en créant un réseau de diffusion de proximité, apporter un soutien économique à la filière documentaire régionale en générant des ressources liées à la diffusion, fédérer les acteurs du cinéma et de l'audiovisuel en région pour accroître les synergies professionnelles³⁷. Ces objectifs se concrétisent par la mise en place d'un catalogue annuel de films régionaux. Le dispositif n'est pas pensé exclusivement pour les salles des trois associations rhônalpines que sont le GRAC, l'ACRIRA et les Ecrans, il a pour objectif d'irriguer en profondeur le territoire, de toucher différentes

³³Gordey Serge, Lamour Catherine, Perrin Jacques, Pinski Carlos, *Le documentaire dans tous ses états, pour une nouvelle vie du documentaire de création*, 2012, p. 62

³⁴Ibid.

³⁵Cf. Annexe : Entretien avec Cyril Peyramond

³⁶Cyril Peyramond coordonne également le RADI régional.

³⁷Plaquette prévisionnelle du dispositif en annexe

populations et de promouvoir les films dans des communes éloignées des équipements culturels. Il est de fait nécessaire de favoriser une diversité dans le choix des lieux partenaires. Les médiathèques, bibliothèques, MJC, cafés associatifs, ciné-clubs, etc. seront sollicités pour diffuser les films du catalogue. Les lieux financent la location du film et le séjour du réalisateur ou de l'intervenant. Les frais de déplacement de l'intervenant ainsi que leur rémunération³⁸ sont pris en charge par le dispositif. Un comité de sélection indépendant composé de professionnels de l'exploitation, de représentants du réseau alternatif, de représentants des tutelles (Région Rhône-Alpes, Département Ardèche ainsi que peut être de la DRAC) et, en minorité, du pôle Ardèche Images, sélectionneront une dizaine de films par an³⁹. La majorité des séances seront accompagnées par un professionnel du cinéma documentaire. Il s'agit de favoriser le travail en partenariat avec les auteurs locaux afin d'enrichir les séances par des rencontres, débats et questions-réponses avec le public et de permettre aux auteurs de bénéficier d'un retour direct et vivant sur leurs œuvres. Des universitaires et théoriciens pourront intervenir après certaines séances afin de proposer au public des prolongements sociologiques, historiques, scientifiques, philosophiques, etc. Le coordinateur du dispositif envisage également un partenariat avec les étudiants du Master Documentaire de Lussas. Il serait bénéfique pour ces derniers d'appréhender le public en animant des débats grâce à leur connaissance pointue du genre. La préfiguration du dispositif doit être achevée à la fin du mois de mars, le comité de sélection devra se réunir avant l'été afin de pouvoir lancer un catalogue pour le second semestre 2015/2016. Les outils de communication mis en place pour promouvoir les séances des Toiles du doc sont une plaquette⁴⁰ explicative à destination des professionnels, une page Facebook⁴¹ ainsi qu'éventuellement une bande annonce diffusée en avant programme.

³⁸ Les réalisateurs en tournée de promotion ne sont pas rémunérés.

³⁹ Un auteur pourra être intégré à ce comité cependant le coordinateur du dispositif souhaitant prévenir tout risque de *copinage*, l'auteur ne sera pas nécessairement rhônalpin. C'est pour cette même raison que les professionnels de la production n'intégreront pas le comité de sélection.

⁴⁰ Cf. Annexe Plaquette Toiles du doc

⁴¹ Celle du RADI régional dans le but d'encourager les passerelles entre la programmation de documentaires et de programme courts.

3. La salle de cinéma: quelles perspectives pour les films documentaires aujourd'hui?

Le prestige de la salle retrouvé

L'augmentation du nombre de sorties de films documentaires en salles au cours des dix dernières années est sans conteste. Selon *Le Marché du documentaire en 2013*, 727 films documentaires sont sortis en première exclusivité salle entre 2004 et 2013, ce qui représente 12.4 % de l'ensemble des films sortis en salle au cours de la dernière décennie. En 2013, 87, soit 13.3 % des films sortis pendant l'année tous genres confondus, sont comptabilisés. Le nombre de sorties progresse positivement de 1.4 % par an en moyenne sur ces dix dernières années. Une grande majorité des documentaires sortis en salle entre 2004 et 2013 sont d'initiative française, entre 54.5 % en 2004 et 70.1 % en 2013⁴². Depuis 2004, les films documentaires recommandés Art et Essai représentent 90.2 % de l'offre totale des documentaires sortis en salle en moyenne.

Un phénomène de concentration s'effectue sur une minorité de films documentaires distribués en salle. En 2013, 82 documentaires sont distribués dans moins de 100 établissements en première semaine et 57 dans moins de 10 établissements. *A contrario*, 5 le sont dans 100 établissements et plus, dont 3 dans 300 établissements⁴³. En moyenne sur la période 2004 - 2013 un film documentaire sort sur 24 écrans lors de sa première semaine d'exposition en salle, soit six fois moins d'écrans que les autres films tous genres confondus qui sortent sur 139 établissements en moyenne. En 2013, un documentaire recommandé art et essai sort dans 18 établissements contre 70 en moyenne pour un documentaire non recommandé. Si le nombre de documentaires agréés par le CNC continue sa progression, le nombre de salles diffusant ces films en première semaine stagne. La majorité des films documentaires sortent dans moins de 10 établissements ce qui représente le minimum pour couvrir Paris et les grandes villes de province. Les films documentaires réalisent au total 3,12 millions d'entrées en 2013, soit 1.8% des entrées réalisées par l'ensemble des films sortis en 2013 (*Sur le chemin de l'école* de Pascal Plisson en totalise à lui seul un tiers, soit 1,16 millions d'entrées). En 2013, 80 films documentaires réalisent moins de 100 000 entrées, 6 films réalisent entre 100 000 et 500 000 entrées et 1 film seulement réalise plus de 500 000 entrées⁴⁴. Le dernier film documentaire ayant réalisé plus de 2 millions d'entrées est *Océans* de Jacques Perrin en 2010⁴⁵. En moyenne, en 2013, un film documentaire français réalise 37 000 entrées, un film documentaire américain 79 000, un film documentaire européen 13 000 et un film documentaire non européen et non américain 1 000 entrées. Globalement, les films documentaires

⁴²On compte 14.9% en moyenne de films documentaires américains par an, 17.3% en moyenne de films européens non français et 4.5% de films non européens et non américains.

⁴³Cf Tableau V en annexe

⁴⁴Cf. Tableau VI en annexe

⁴⁵Cf. Tableau VII en annexe

bénéficient d'une exploitation plus longue que l'ensemble des films en salle : ils réalisent 90.3 % de leurs entrées sur 14 semaines contre 99.1 % pour l'ensemble des films tous genres confondus. Cet étalement des entrées dans le temps dépend de plusieurs facteurs. La durée de vie des films américains est en moyenne inférieure à celle des films français elle-même inférieure à celle des films européens non français. Plus les films bénéficient d'une large combinaison de sorties plus la concentration de leurs entrées sur les premières semaines est forte. L'étalement des entrées est plus important pour les films recommandés art et essai. Entre 2004 et 2013, les 727 films documentaires sortis en salles ont été distribués par 203 distributeurs. En 2013, Walt Disney avec 57.6 % de part de marché est le premier distributeur de documentaire, suivi par Le Pacte, avec 10.7 % de part de marché et Jour 2 fête avec 5.5 % de part de marché. En 2013, 51.7 % des documentaires n'ont fait l'objet d'aucune publicité à l'occasion de leur sortie salle. En moyenne l'investissement publicitaire brut tarifé pour un film documentaire s'élève aujourd'hui à 333.2 k €, 859.4 k € pour un film tous genres confondus. Globalement, plus le nombre d'établissements en première semaine est élevé plus la dépense publicitaire est importante⁴⁶.

De la nécessité d'accompagner les films en salle

Les salles de cinéma et les distributeurs optent pour différentes stratégies de mise en valeur des films documentaires dans le but de conquérir les publics. Par méconnaissance, les spectateurs conçoivent mal parfois que l'on puisse trouver du plaisir à voir un film documentaire généralement envisagé uniquement sous l'angle de son apport dans la connaissance d'un sujet. Le genre n'attirant pas d'emblée les foules, il nécessite d'être accompagné davantage que les films de fiction. Un documentaire en salles « trouve sa cohérence dans une forme particulière d'exploitation », selon Olivier Wotling, avec un « travail fin du distributeur et des exploitants »⁴⁷ pour accompagner le film et faire venir le public en passant par exemple par des réseaux différents des médias classiques. Cependant, comme Mariana Otero le souligne il serait nécessaire que les aides à la distribution accordées par le CNC valorisent davantage le travail d'accompagnement effectué autour des films documentaires⁴⁸. Les stratégies d'accompagnement exploitent souvent le sujet du film documentaire en partenariat avec les salles et vont chercher des partenaires en direction du réseau associatif, militant et convaincu. Les effets de cette demande en miroir s'avèrent révélateurs d'une certaine ghettoïsation du documentaire en salle comme en témoigne Elisabeth Leuvrey lorsqu'elle affirme du public : « ce

⁴⁶ En moyenne pour un film sorti dans 10 établissements en première semaine l'investissement publicitaire est de 78.4 K € quand pour un film sorti dans 300 établissements ou davantage il s'élève à 2.5 M €

⁴⁷ Table ronde "Le grand écran: chance ou ghetto pour le film documentaire?" [en ligne] <http://www.scam.fr/tabid/363252/articleType/ArticleView/articleId/8163/Le-cinema-espace-etroit-de-liberte-pour-le-documentaire.aspx> [consulté le 15/11/2014]

⁴⁸Ibid.

sont des retraités qui lisent Télérama » ou « des militants concernés par le thème du film ». Le débat tourne souvent autour du sujet et non du film, ce que Christian Rouaud qualifie de « visionnages citoyens, plutôt que cinéphiles ». Au contraire pour Simone Bitton si le public ne parle pas de cinéma, c'est elle qui lui en parle.

III. L'impact transversal du web sur la création documentaire

1. La naissance de nouvelles formes d'art

Le vocable « webdoc » est né de la contraction des termes "web" et "documentaire" et désigne un « objet numérique qui prend au sérieux sa part documentaire »⁴⁹, une histoire puisée dans la réalité qui s'adresse à des internautes dits « webspectateurs ». Pour David Dufresne, réalisateur de *Prison Valley* (2010), *Manipulations* (2011) et *Fort Mc Money* (2013), le périmètre de définition du genre se trouve entre la phrase attribuée à Jean-Luc Godard : « les films devraient avoir un début, un milieu et une fin, mais pas forcément dans cet ordre » et le proverbe chinois : « dis moi et j'oublierais, montre moi et je me souviendrais, implique moi et je comprendrais » attribué à Confucius. Le web a offert au documentaire une grammaire, une syntaxe nouvelle et a fait entrer de nouveaux métiers dans la création documentaire: le webdesigner, l'architecte web, le développeur, voire un *community manager*. Le web a opéré un changement majeur dans le régime de perception du spectateur, ce dernier peut dorénavant interagir avec le matériau documentaire et se muer en spect'acteur. Il n'existe pas seulement un type de webdocumentaire, tous possèdent des formes narratives extrêmement différentes et propose des régimes de perception et d'action à l'internaute qui oscillent entre la passivité et la co-création. Le webdoc possède aujourd'hui une filière qui se structure autour de deux représentants moteurs que sont la société de production Upian et l'Office National du Film. Aujourd'hui, le webdoc dispose de sa critique, portée notamment par Le Blog Documentaire, et ses « incontournables »⁵⁰ :

Le webdocumentaire issu de la tradition cinématographique et journalistique est majoritairement construit sur un récit. *Alma* d'Isabelle Fougère et Miquel Dewever-Plana produit par Upian a obtenu le prix du Digital Storytelling à l'IDFA en 2012. Ce webdoc expose l'histoire d'Alma, une jeune femme repentie des gangs guatémaltèques, à la fois victime et bourreau. Le dispositif de l'œuvre se joue dans le regard de cette jeune fille que le spectateur doit soutenir, lorsque cela devient trop difficile il peut découvrir un autre pan de l'histoire racontée en photographies et en dessins. Le flot de parole d'Alma et les dessins d'Huges Micol cohabitent dans une linéarité convenant particulièrement aux tablettes tactiles qui permettent d'effectuer le passage de l'un à l'autre des récits avec le doigt. *Welcome to Pine point* (2011) co-réalisé par Paul Shoebridge et Michael Simons, raconte l'histoire de la ville de Pine point adossée à des mines de charbon de l'Est canadien. Devenue un no man's land, il ne subsiste de la ville que des « traces » et des souvenirs. Dessins, vidéos, photos, documents d'archives se mêlent harmonieusement en chapitres que le spectateur feuillette de manière

⁴⁹ Bole Nicolas, Mal Cédric, *Le webdoc existe-t-il?*, Le blog documentaire, Paris, 2014

⁵⁰ Ibid.

linéaire dans ce livre numérique multimédia.

Certaines œuvres proposent au spectateur une strate supplémentaire au récit en lui permettant d'entrer en interaction avec l'histoire. *In Situ* (2011) réalisé et produit par Antoine Viviani, primé à l'IDFA en 2011, est un film chapitré de 90 minutes retraçant des initiatives d'intervention culturelle dans l'espace urbain dont trois séquences sont interactives. Un blog et une navigation cartographique étayent ce film en proposant de suivre l'actualité urbanistico-culturelle. Les internautes peuvent déposer eux-mêmes des témoignages sur les interventions culturelles dont ils ont connaissance (images, vidéos, textes). *Thanatorama* (2007) co-réalisé par Julien Guintard, Ana Maria de Jesus et Vincent Maillais propose à l'internaute une "aventure dont [il est] le héros ... mort". Ce récit très linéaire à la découverte du monde funéraire, du thanatopracteur au fossoyeur, permet à l'internaute de réaliser des choix face aux options qui sont proposées à la famille d'un défunt. *Prison Valley* co-réalisé par David Dufresne et Philippe Brault en 2010 et produit par Upian, prend la forme d'une enquête linéaire sur une vallée américaine alimentée par la présence à la fois gênante et nourricière des prisons. Il propose à l'internaute une entrée ludique dans le récit en lui permettant de créer un compte grâce auquel il peut accéder aux forums thématiques pour échanger avec les auteurs, des spécialistes du monde carcéral et les personnages du film eux-mêmes. Enrichi de contenus périphériques, l'internaute profite de diaporamas photos réalisés par Philippe Brault qui habillent et documentent le récit, *Prison Valley* représente une proposition nouvelle d'expérience du regard tout en conservant un classicisme et une rigueur journalistique dans l'enquête. *Prison Valley* et *Thanatorama* conservent une interface linéaire et proposent aux spectateurs des choix pour orienter le récit.

Lorsque l'auteur souhaite raconter plusieurs histoires différentes, l'internaute entre dans un régime de perception proche de la déambulation⁵¹. *Gaza/Sderot* (2008) produit par Upian est basé sur la technique du split screen. L'œuvre propose une narration comparative dans laquelle l'internaute est amené à naviguer entre les témoignages des habitants de deux villes qui se font face de part et d'autre de la frontière israélo-palestinienne. Ce récit fragmenté peut être lu comme un carnet de bord à la fois thématique et chronologique, la force de l'œuvre réside dans sa simplicité architecturale : un écran partagé par une ligne de fracture rappelant celle qui existe dans la réalité. *La zone* (2011) de Bruno Masi et Guillaume Herbault produit par Agat Film et cie. et Le Monde.fr, primé au festival du photojournalisme Visa pour l'image à Perpignan, offre en quelque sorte une galerie d'exposition en ligne. L'univers post-nucléaire est présenté sur de multiples supports afin de développer les différentes thématiques liées à l'après Tchernobyl.

⁵¹Ibid.

Le jeu documentaire propose à l'internaute une entrée immersive dans le récit. Le webdoc basé sur la ludo-action fournit un cadre documenté au sein duquel l'internaute sera invité à se raconter sa propre histoire. Les webdocumentaires de David Dufresne *Prison Valley* (2010), *Manipulations* (2011) et *Fort Mc Money* (2013) sont nourris par les techniques du jeu vidéo. *Voyage au bout du charbon* de Samuel Bollendorff produit par Arnaud Dressen (Honkytonk Films) en 2008 est considéré comme un précurseur du webdocumentaire. Ce reportage photographique sur la dangerosité des mines de charbon en Chine, met l'internaute dans la peau d'un journaliste. Il est amené à faire de nombreux choix orientant le récit durant son parcours et créant des décrochages à l'objectif affiché du webdoc : visiter les mines de charbon. Un fonctionnaire chinois renvoie l'internaute à Pékin dès qu'il se montre trop curieux. L'internaute chemine dans le matériau documentaire et y crée sa propre histoire. *Manipulations, l'expérience web* (2011) de David Dufresne, produit par Upian, est un jeu de piste dans les méandres de l'affaire Clearstream. Ici, la technique narrative du jeu vidéo a été transposée dans l'univers documentaire, *Manipulations* est une sorte de *paperboard* géant sur lequel les innombrables liens et ramifications de l'affaire Clearstream s'offrent à l'internaute. Dans le rôle de l'enquêteur il visionne, note des informations dans son carnet et peut discuter avec certains protagonistes de l'affaire. Un lien permanent en bas de l'écran permet de voir qui est présent sur l'interface créant une véritable sensation de communauté. Le spectateur devient ici acteur total de sa narration.

Des webdocs proposent aux internautes de vivre une expérience documentaire, avec généralement une volonté de lui faire prendre conscience d'enjeux économiques, sociaux, urbanistiques, environnementaux ou humains. *Code-barre* (2011) est un projet réunissant ARTE et l'ONF dont le but est de redonner du sens aux objets du quotidien qui nous entourent et d'offrir à l'internaute une expérience de visionnage « hors écran ». *Code-barre* propose des installations physiques permettant d'accéder à l'œuvre via des smartphones en flashant des codes barres ou des objets sur des bornes. Cent films d'une minute produits par ARTE et par l'ONF sont disponibles sur la plate-forme par une recherche thématique ou par mots clefs. Les utilisateurs peuvent *uploader* des photos ou des objets qui les entourent pour constituer une galerie. *High rise* (2010 - 2013) de Katerina Cizek produit par l'ONF est un projet participatif, évolutif, dont les ramifications peuvent s'étendre sans limites géographiques, qui explore la condition humaine dans les immeubles en périphérie des villes. Ce projet compte aujourd'hui trois webdocumentaires: *The 1000th Tower*, *Out My Window*, *One millionth Tower*. La réalisatrice a conçu un projet qui rend compte des nouveaux modes de vie découlant de l'habitat urbain vertical commun à toute la planète et se propose d'influencer et d'accompagner les réflexions des urbanistes. Les internautes sont invités à participer en déposant leurs visions des grands ensembles à travers des images, photos, textes, etc. Ludique et informatif, ce projet permet à l'internaute-citoyen de

s'engager dans une réflexion sociologique et de participer activement aux installations physiques et au projet *on line*. Ce dispositif ouvre la voie aux projets web qui invite l'internaute à être actif dans l'espace public. Le programme *Journal d'une insomnie collective* (2012) produit par l'ONF propose à l'internaute « d'hypothéquer une partie de sa nuit » pour vivre l'insomnie d'un personnage avec qui il a pris rendez-vous. Le projet prend vie, se développe dans le réel, il s'agit d'une manière extrêmement impliquante de concevoir l'interactivité.

Narration linéaire ou délinéarisée, déambulation, ludo-action, expérience documentaire ne sont pas des modes exclusifs et peuvent se recouper dans certains projets. Ils démontrent l'impact du web sur la création documentaire notamment dans sa façon de mettre en scène les sujets et de s'adresser, voire d'interagir, ou de co-créeer avec le spectateur.

2. La création documentaire aux mains de la foule

D'après l'étude *Le documentaire et les plate-formes numériques un écosystème en transformation* réalisée par l'Observatoire du documentaire en 2011⁵², le web et les réseaux sociaux jouent un rôle important dans l'approfondissement des liens entre les documentaire et leurs publics. Toutes les étapes d'un projet (web)documentaire peuvent bénéficier d'avantages à être travaillées sur le web et par les réseaux sociaux. Dans sa forme la plus interactive, cette relation au public s'engage sur les voies de la coproduction et/ou de la co-créeation du projet.

En 2012, 2,7 milliards de dollars ont été investis sur les plate-formes de financement participatif (+ 81 % par rapport à 2011), dont 945 M € en Europe⁵³. En France, une trentaine de structures ont vu le jour en quatre ans, réunissant des dizaines de milliers d'internautes autour de 60 000 projets, pour une somme totale de 40 M € environ⁵⁴. Entre 2012 et 2013, le budget dédié à la culture à baissé de 4,3% selon le Département des études de la prospective et des statistiques (de 4,1 milliards € à 3,7 milliards €). Dans ce contexte, le crowdfunding constitue *a priori* un moyen de remédier au déséquilibre créé par cette baisse des budgets publics face aux demandes de subventions des acteurs de la filière. Les trois plate-formes les plus sollicitées par des projets audiovisuels sont KissKissBankBank, Ulule et Touscoprod. Leur modèle économique est régi par la règle du « tout ou

⁵²Observatoire du documentaire, *Le documentaire et les plateformes numériques, un écosystème en transformation* [document en ligne] http://www.obsdoc.ca/res/pdf/Observ_20110203_ResumeEtude.pdf [consulté le 05/04/2015]

⁵³Mal Cédric, *Crowdfunding" panorama, ressources, perspectives...* <http://leblogdocumentaire.fr/crowdfunding-webdocumentaire-panorama-ressources-chiffres-perspectives/> [en ligne] Le blog documentaire, 22/04/2013 [consulté le 21/12/2014]

⁵⁴Table ronde "Le documentaire emporté par la foule" organisée par la SCAM [en ligne] <http://www.scam.fr/tabid/363252/articleType/ArticleView/articleId/7993/Crowdfunding-Le-documentaire-emporte-par-la-foule.aspx> le 10/04/2013 [consulté le 21/12/2014]

rien » qui exige que le porteur de projet définisse un objectif de collecte minimal. Si le montant n'est pas atteint à la fin du délai prédéfini, l'opération est blanche pour le porteur de projet, les contributeurs et la plate-forme. Dans le cas inverse, la plate-forme prélève une commission de 8 % environ sur la somme collectée⁵⁵. Moins bureaucratique que le processus standard de demande de subventions, l'inscription d'un projet sur une plate-forme de financement participatif nécessite de remplir un formulaire en ligne composé de trois rubriques comprenant la description du porteur et de son projet et la définition des contreparties. La plate-forme dispose d'un délai pour sélectionner ou refuser le projet, elle prendra en charge, par la suite, l'accompagnement des porteurs de projet tout au long de leur campagne de collecte.

De nombreux projets (web)documentaires vont chercher ou compléter leur financement sur les plateformes de crowdfunding. L'enveloppe moyenne de 9 k €⁵⁶ levée ne permet généralement pas un financement de la totalité d'un projet, mais peut couvrir la pré et/ou la post-production de l'œuvre. La campagne de collecte doit être pensée en amont comme un plan de communication et la « page projet » comme un outil communicationnel. L'enjeu central de ces campagnes se situe dans la viralité : « la foule appelle la foule, le succès appelle le succès » affirme Mathieu Maire du Poset, le directeur Projet et Communication d'Ulule⁵⁷. Certains projets ont ainsi pu réintégrer la filière de financement classique suite à une collecte de financement participatif. Pour compléter son budget, le film documentaire *Les rêves dansant Sur les pas de Pina Bausch* d'Anne Linsel a fait appel à ce mode de financement, les documentaires courts *Kings Point* de Sari Gilman et *Inocente* de Andrea et Sean Fine étaient en compétition l'un et l'autre aux Oscars en 2013⁵⁸ après avoir respectivement trouvé 10 000 et 52 000 \$ grâce au financement participatif. La société de production documentaire Les Films d'Ici a lancé une campagne de crowdfunding sur KissKissBankBank pour financer la sortie en salle du documentaire *Eau Argentée, Syrie Autoportrait* d'Ossama Mohammed et Wiam Simav Bedirxan, durant le mois de décembre 2014. Les 8,6 k € recoltés ont également permis l'accompagnement du film en salle par ses réalisateurs. Le processus de financement participatif passe par « trois cercles »⁵⁹, le premier étant celui des proches de l'auteur est le plus simple à mobiliser pour les porteurs de projets. Le deuxième cercle se mobilise grâce à un travail de communication plus approfondi, visant le secteur professionnel et les structures a priori intéressées par le sujet du (web)documentaire. Accéder au troisième cercle revient à mobiliser le grand public autour d'un sujet et d'un auteur qu'il ne connaît probablement pas et permet de finaliser la collecte.

⁵⁵Ibid.

⁵⁶Ibid.

⁵⁷Ibid.

⁵⁸*Inocente* remporte l'Oscar du meilleur Court-métrage documentaire en 2013.

⁵⁹ Bole Nicolas, Mal Cédric, *Le webdoc existe-t-il ?*, Le Blog documentaire, Paris, 2014

Les internautes qui s'impliquent dans le processus de création des œuvres documentaires restent pour l'instant à la marge, cependant, cette minorité agissante est essentielle pour créer le buzz autour de certaines œuvres, elle porte des innovations et en acceptant de jouer le jeu de l'expérimentation, elle se trouve au cœur de la création.

3. Les oeuvres produites par le web en salle

L'apparente contradiction qui revient à diffuser une œuvre conçue par le web en salle de cinéma vient de la différence de leurs dispositifs. L'œuvre web est destinée à être visionnée par un internaute seul devant son écran, ainsi elle se rapproche davantage du rapport entre un téléspectateur et un programme télévisé. Les salles ne sont pas nécessairement encore équipées d'une connexion internet adéquate. Enfin, peu d'auteurs de webdocumentaire ne pensent en amont leur oeuvre en vue d'une diffusion en salle. Ces séances relèvent souvent de l'expérimentation, du performatif et de l'hybridation, elles donnent à voir un rapport renouvelé entre les spectateurs et les auteurs.

Les webdocumentaires en tant qu'expériences interactives, immersives, participatives, ont l'ambition de faire participer le spectateur et de raconter des histoires autrement. De la participation via un chat (*Prison Valley*, *Fort McMoney*, etc.) à la co-création (*Code Barre*, *Anarchy*, etc.), le webdocumentaire introduit une nouvelle temporalité dans la création mais aussi dans le rapport entre auteur et spectateurs. En effet, dans la diffusion traditionnelle de documentaires en salle, l'interaction entre le public et l'auteur se trouve différée, elle se déroule généralement à l'issue du film. En tant que maître de cérémonie, le réalisateur d'un webdoc est plus actif à l'heure de la diffusion de son œuvre qu'un auteur de documentaire. Sa fonction dépendra cependant des modalités propres au web que son documentaire aura mobilisé.

Dans le cas d'un webdocumentaire non linéaire, le réalisateur gardera un rôle de narrateur. Il ajoute du sens aux images en accompagnant le visionnage de l'œuvre par un récit qui lie les différents éléments. Alexandre Brachet d'Upian, lorsqu'il accompagne les projections d'*Alma*, re-monte le film en direct en opérant lui-même le passage du témoignage aux dessins via sa tablette. De ce fait, chacune des projections est unique. Le réalisateur peut également activer la participation du spectateur au cours de la diffusion de son œuvre, il joue alors le rôle de « passeur ». David Dufresne, lorsqu'il présente *Fort McMoney* en salle, fait voter les spectateurs à mains levées selon une logique citoyenne qui fonde ce webdocumentaire sur l'exploitation de sables bitumeux dans la ville de Fort McMurray. Cette forme d'interaction incite les spectateurs à se consulter entre eux afin d'opérer des choix communs et leur permet de vivre autrement la projection collective en salle de cinéma. Le réalisateur anime la séance, il est garant de la forme que prend l'événement, de l'ambiance dans laquelle se trouve les spectateurs,

chaque séance est unique. Le travail mené par Céline Dréan et Cédric Mal autour du webdoc *Dans les murs de la Casbah* est assez exemplaire à ce titre. La réalisatrice a accompagné de nombreuses projections de son webdoc, dans lequel on progresse par choix, en salles. Au fur et à mesure de cette expérience des projections collectives, l'histoire que Céline Dréan racontait en *live* entre les séquences de son programme s'est affinée pour finalement devenir une strate narrative nouvelle et autonome prenant en charge l'actualité sociale et politique de l'Algérie. Cet exemple démontre que certains auteurs se donnent les moyens de proposer leurs webdoc en salle et y parviennent. La projection d'un webdocumentaire peut ainsi permettre de revivifier la fonction de la salle de cinéma en tant que lieu d'échanges et d'interactions, fonction mise à mal par la logique individualiste et consumériste promue par les nouvelles installations en multiplexes.⁶⁰

Les Rencontres Audiovisuelles (L'hybride, Lille) se sont également posées la question de la diffusion de ces contenus interactifs dans le champ collectif et en particulier dans la salle de cinéma. La technologie *Digital stories* qui découle de cette réflexion permet de découvrir collectivement des œuvres interactives initialement conçues pour des internautes solitaires face à leurs écrans⁶¹. Depuis 2013, des réalisateurs, créateurs de jeu vidéo et de mapping interactif peuvent profiter d'une résidence à l'Hybride pour développer des œuvres conçues spécifiquement pour la salle. Les Rencontres Audiovisuelles sont productrices de certains des projets issus des résidences. La technologie fonctionne selon le principe suivant : chaque spectateur est équipé d'un pointeur laser qui lui permet de faire des choix sur l'écran depuis son fauteuil. Une caméra infrarouge capte la position de pointeurs sur l'écran, un logiciel de tracking envoie l'information de ces positions à un logiciel de lecture de l'œuvre qui, en fonction de la méthode de choix déclenche une des suites possibles⁶². Plusieurs types d'interactions sont possibles grâce à l'outil *Digital stories* : Arrêt à l'instant T : le spectateur fait le choix entre plusieurs « suites » au cours du film ; zone(s) à viser ; formes à reproduire collectivement ou individuellement, zone à colorier par les pointeurs devenus crayons virtuels, etc.

⁶⁰Bole Nicolas, "Le webdocumentaire est-il adapté à la projection en salles?", *Le Webdoc existe-t-il?*, Le Blog documentaire, Paris, 2014, p. 597

⁶¹*Voyage au bout du charbon* a été adapté à la technologie *Digital Stories*, tout comme *Le challenge*, *Le procès du pétrole en Amazonie* réalisé par Laëtitia Moreau et produit par What's up Films et Honkytonk Films, avec la participation de Canal+ Interactive. Ce webdocumentaire invite le *spect'acteur* à jouer le rôle d'un journaliste et à enquêter sur l'exploitation pétrolière dans l'Amazonie équatorienne. C'est le cas de *The End, etc.* réalisé par Laëtitia Masson coproduit par France Télévisions et Mémo Prod qui questionne notre société à travers les thèmes de l'engagement et du désengagement. Fiction, musique, documentaire, se mêlent à travers les différentes séquences que le *spect'acteur* pourra choisir de visionner dans l'ordre souhaité par le plus grand nombre à l'aide de son pointeur laser. D'autres programmes tels que des courts métrages, des clips ou des *mapping* interactifs ont été conçus pour la technologie *Digital stories* ou adaptés à cette technologie.

⁶² Les Rencontres Audiovisuelles, [Http://digital-stories.fr](http://digital-stories.fr)

Conclusion

La télévision, parce qu'elle finance et distribue le documentaire de manière importante, a modifié la pratique des auteurs et les attentes des publics envers le genre. Parce qu'elle se doit d'informer les téléspectateurs, le documentaire télédiffusé s'est déplacé du cinéma vers le document audiovisuel, informatif, actuel et accessible. Le cinéma documentaire est aujourd'hui en crise : sous-financé économiquement et sous-évalué artistiquement. La responsabilité en est partagée entre les diffuseurs et les documentaristes eux même. En investissant majoritairement le champ du social, laissant à la fiction la mise en scène du pouvoir, du faste, de la bourgeoisie, le documentaire s'est marginalisé, exclu. En filmant l'anormalité, le handicap, la misère, le chômage, il a donné raison à la formule ironique de Jean-Luc Godard affirmant que l'épopée est réservée aux israéliens et le documentaire aux palestiniens. Le cinéma documentaire est devenu pauvre parfois financièrement, parfois artistiquement. En filmant les pauvres, pauvrement avec de pauvres outils, le cinéma documentaire a conforté l'opinion de ceux qui le considère comme un cinéma sans cinéma et a placé le spectateur dans la position de témoin muet et impuissant face au spectacle de la souffrance et des maux. Alors que le pouvoir économique, financier, judiciaire, religieux se met en scène perpétuellement par un puissant contrôle des médias, le documentaire devra se détourner des conséquences et des victimes du pouvoir, pour en interroger les causes. Les projets web, de par leur volonté d'impliquer les spectateurs renversent la tendance en proposant des expériences « à vivre » et à partager. Le film est la dimension immergée de l'iceberg, le rapport entre l'auteur et le spectateur commençant en amont de la réalisation de l'œuvre et se terminant parfois dans la co-création du projet ou dans l'action commune dans l'espace public. Nous évoquons une crise du documentaire, elle est en fait inhérente à sa nature. Le documentaire fait partie prenante des « non réconciliés »⁶³, en questionnant perpétuellement la réalité sociale, politique, culturelle, nationale et internationale⁶⁴.

⁶³ Selon la formule brechtienne

⁶⁴ Mordillat Gérard, Questions documentées, [en ligne] <http://leblogdocumentaire.fr/questions-documentees-par-gerard-mordillat/>, Le Blog documentaire, [consulté le 23/03/2015]

Partie 2. Anatomie d'une salle dédiée au cinéma documentaire

La fréquentation du festival Cinéma du réel s'est stabilisée autour de 21 000 spectateurs par édition et connaît trois grandes tendances majeures : le public est composé d'une majorité de femmes (61 %), de personnes de plus de 42 ans (âge moyen de l'édition 2012), un quart des festivaliers sont des professionnels de l'image⁶⁵. Il y a un certain entre-soi dans cette petite communauté intéressées par « les choses du réel »⁶⁶. Comment donner envie de documentaire à un public *a priori* peu enclin à découvrir les films du genre ? La sélection française de l'édition 2015 du festival Cinéma du réel compte une majorité de films dont la durée est inférieure à 90 minutes⁶⁷. La sélection française du FID Marseille 2014 compte 6 films sur 10 durant moins de 90 minutes⁶⁸. Comment envisager la programmation de ces films trop longs pour être programmés en première partie de séance et trop courts pour être diffusés dans un « créneau horaire » traditionnel ? L'« impureté » du format des films évoqués implique de se poser différemment la question de l'organisation du temps de la salle de cinéma pour mettre en valeur les oeuvres dans leur diversité. La moitié des documentaires distribués en salle en 2013 n'ont fait l'objet d'aucune publicité. Comment la salle peut-elle pallier à ce manque de communication afin permettre aux films de rencontrer leur public ?

Afin de penser un projet de programmation réaliste et innovant il est nécessaire de se demander quel est le sens d'une salle de cinéma à un moment précis, sa vocation par rapport à ses destinataires contemporains ? Quel est son rôle dans la cité ? Que représente-t-elle pour ses publics et que leur apporte-t-elle ? Comment mettre en valeur les oeuvres pour les rendre accessibles au plus grand nombre et par quels moyens ? Quel rayonnement vise-t-on sur le plan local, national voire international ? Quelles sont les forces et les faiblesses du projet, les menaces et les opportunités externes et comment se positionner ? Où doivent se situer les continuités et les ruptures dans le secteur d'activité, que faut-il développer, améliorer, rétablir, créer ? Quelles stratégies en découlent ? Imaginer une salle dédiée au cinéma documentaire impliquant un public plus mixte et jeune que celui fréquentant les salles Art et Essai aujourd'hui demande de s'interroger sur les nouveaux usages des spectateurs. Envisager la diffusion sur internet dans une dimension de complémentarité et non de concurrencialité nous semble

⁶⁵BPI, *Le public du festival Cinéma du réel 2012* [document en ligne]

http://www.bpi.fr/files/live/sites/Professionnels/files/Pdf/Etudes/Observation%20des%20publics%20de%20la%20Bpi/Etudes%20th%C3%A9matiques/PDF_publics_2012_cinema%20du%20reel.pdf, BPI, [consulté le 18/02/2015]

⁶⁶Bole Nicolas, "Cinéma du réel 2015: des films trop longs et trop formalistes?" Le Blog documentaire [en ligne]

<http://leblogdocumentaire.fr/cinema-du-reel-2015-des-films-trop-longs-et-trop-formalistes> [consulté le 16/04/2015]

⁶⁷ 7 des 10 films sélectionnés ont une durée inférieure à 90 minutes.

⁶⁸ FID Marseille, *Editions précédentes* [en ligne]

http://www.fidmarseille.org/index.php/fr/?option=com_content&view=article&layout=edit&id=45#a2014 consulté le 10/01/2015

important. En effet, la plus value de la salle de cinéma réside dans sa valeur fondamentale: « Je ne puis jamais, en parlant cinéma, m'empêcher de penser « salle » plus que « film » »⁶⁹ et dans sa dimension collective. Programmer des oeuvres documentaires nécessite de se positionner sur le long terme en établissant des relations partenariales de qualité avec les acteurs de la filière. Comme les documentaristes, une salle spécialisée documentaire se devra de maintenir une vigilance constante sur le monde extérieur.

Enfin, parce qu'elle se porte garante d'oeuvres « non réconciliées », une salle dédiée au cinéma documentaire souhaitant bénéficier d'un champ d'action élargi et pouvoir être un lieu de liberté intellectuelle, devra nécessairement trouver des moyens de générer des ressources propres.

⁶⁹ Barthes Roland, *En sortant du cinéma*, p.1 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1975_num_23_1_1353 [en ligne] Persée [consulté le 24/03/2015]

I. Diversifier les publics du cinéma documentaire

1. Se connecter aux usages des spectateurs

La démocratisation d'internet, son essor en mobilité et la croissance du nombre d'écrans (PC mobiles, tablettes, etc.) par foyer français passant en 2014 de 6,3 contre 5,9 en 2011 et 1,2 en 2007⁷⁰ ont provoqués l'éclatement des médias traditionnels. L'existence de multi plate-formes et de multi-formats ouvre la voie à une ère nouvelle de cross et transmedia : une même œuvre peut être amenée à connaître une grande variété de formes et d'expressions. Le spectateur possède un contrôle récent sur le « Quand, Comment et Où » définissant l'expérience cinématographique, qui fait coexister diverses manières de s'emparer d'un même objet audiovisuel. Le spectateur possède la capacité de produire, diffuser et éditer des informations en continu, il est devenu un média⁷¹. Le paradigme numérique a changé structurellement les rapports des lieux de diffusion aux publics et à donné lieu à de nouveaux modèles économiques et à de nouveaux modèles culturels. L'économie de la « réputation », l'économie de la « confiance », l'économie de la « recommandation » sont nées des réseaux collaboratifs sociaux. Le public possède des moyens décuplés par la viralité des réseaux de prescrire, de recommander, de (dé)faire la réputation d'un auteur, d'un lieu, etc. les systèmes hiérarchiques de légitimité intellectuelle sont en train de s'effriter. De l'influence structurelle et transversale du paradigme numérique sur les actes de création a émergé une culture du prototype, de l'innovation, des arts numériques. Le téléphone, en tant qu'outil de production de son, texte, vidéo, etc. en temps réel, représente le pouvoir de chacun face aux caméras officielles. Les réseaux sociaux ont fait naître de nouveaux modes relationnels, d'échange et de contact entre les gens, de nouveaux modèles culturels, d'acculturation, de sensibilisation. La digitalisation et la mise à disposition générale des images animées de toute nature conduisent à un bouleversement radical du rôle des salles de cinéma (et autres lieux de diffusion culturels). Dans un contexte où la digitalisation rend les images accessibles immédiatement, partout, gratuitement, la salle de cinéma se distingue en « fascinant deux fois : par l'image et ses entours »⁷².

2. Réinventer le lien social: des exemples de lieux du *commun*

La salle de cinéma peut être un lieu de ressourcement et de ré-ancrage, inviter le spectateur à la distanciation, l'appréciation, la réflexion. Il s'agit d'être un lieu-forum, une place publique, d'accueillir tous les publics. Faire que les hommes s'écoutent et se comprennent, c'est une des choses

⁷⁰Médiamétrie, *REM/Home Device (donnée 2014)*, observatoire des usages internet, Web Observatoire

⁷¹Desfarges Pascal, *Histoires et enjeux des cultures numériques*, conférence [en ligne] <http://upopi.ciclic.fr/analyser/d-un-ecran-l-autre/histoire-et-enjeux-des-cultures-numeriques> [consulté le 17/01/2015]

⁷² Barthes Roland, *En sortant du cinéma*, p 106 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1975_num_23_1_1353 [en ligne] Persée [consulté le 24/03/2015]

que peut le cinéma documentaire, en permettant le partage de l'expérience sensible et sa mise en récit⁷³.

Un mouvement récent de développement de petites salles intimistes en Europe favorisant la pluridisciplinarité et proposant une programmation engagée et des initiatives innovantes centrées autour d'un espace de convivialité et de restauration, rencontre l'adhésion du public⁷⁴. En avril 2015, le projet *W o l f* à Berlin a rassemblé 660 contributeurs pour 55 k € en 60 jours sur la plate-forme de financement participatif KissKissBankBank⁷⁵. Dans ce projet de salle, le café-bar joue un rôle central de convivialité et d'accueil en continu des spectateurs. La pluridisciplinarité affichée du lieu repose sur l'organisation d'événements collaboratifs incluant des réseaux locaux, internationaux et des plateformes en ligne, favorisant les rencontres entre professionnels et amateurs, rendant possible les échanges transgénérationnels. Deux salles traditionnelles de projection côtoient un espace modulable propice aux rencontres, réunions, projections, étapes de travail d'une équipe de réalisation, à l'appropriation et à la transformation par les usagers du lieu en collaboration avec les professionnels de l'image. Le succès de *W o l f* auprès du public local et de la communauté internationale, vient de la volonté des porteurs de projet de créer un lieu qui fait le lien entre la fabrication du film et sa projection afin d'effacer les frontières artificielles qui résident entre le moment de la production de l'oeuvre et celui de sa présentation au public. Il s'agit de décloisonner les frontières entre les films, leurs auteurs, l'équipe de programmation du lieu et les spectateurs.

Des projets voient le jour fondés sur l'idée de convivialité au sens où la définit Ivan Illitch : « la convivialité s'oppose à la productivité (...) la productivité se conjugue en termes d'avoir, la convivialité en termes "d'être" »⁷⁶. Ces projets favorisent une pratique relationnelle coopérative et mettent en place une temporalité et un but différents de ceux d'une pratique libérale : plutôt que de chercher uniquement la valeur matérielle de profit ils créent les conditions propices à une expérience émancipatrice qui change à la fois l'espace et les sujets. Les Jardinières du commun, initiées par les urbanistes Doina Petrescu et Constantin Petcou⁷⁷ en 2003/2004, est un projet d'architecture autogérée (aaa) dans le quartier de la Chapelle à Paris dans le 18^{ème} arrondissement. Basé sur la valorisation du *commun* au sens de « ce qui se construit collectivement »⁷⁸, ce projet permet la réappropriation et l'investissement collectif d'un espace dans le but d'inventer de nouvelles formes de vivre ensemble plus éthiques et plus écologiques. Les relations et les formes de collaboration valorisent la participation active des usagers

⁷³ Mal Cédric, *Embarquez à bord du ciné-camion*, [en ligne], Le Blog Documentaire,

<http://leblogdocumentaire.fr/documentaire-embarquez-a-bord-du-cine-camion/> [consulté le 24/03/2015]

⁷⁴ Vidéodrome 2 à Marseille : <http://www.kisskissbankbank.com/diffusion-cinematographique-alternative>

⁷⁵ <http://www.kisskissbankbank.com/wolf-kino-gang>

⁷⁶ Illitch Ivan, *La convivialité*, Paris, Seuil, 1973, p. 43

⁷⁷ Petrescu Doina, *Jardinières du commun*, *Multitudes*, 2010/3 n°42, p. 126-133

⁷⁸ Hardt Michel et Negri Antonio, *Multitude – guerre et démocratie à l'âge de l'empire*, 2004, Paris, La découverte, p9

dans le but de créer « des foyers locaux de subjectivation collective »⁷⁹. Au cœur de ce projet, un dispositif de cuisine urbaine fait office de « médiateur »⁸⁰ au sens où il transporte, traduit, transforme le contenu et la nature des liens dans le réseau. Ce micro-équipement fonctionnel de cuisine transportable a emmené dans le projet des usagers divers, leurs savoirs, leurs motivations et a connecté le jardin avec d'autres lieux du quartier et d'autres lieux imaginaires suggérés par les recettes de cuisines et les ingrédients. Les usagers du jardin ont par la suite eux même créés des « médiateurs » : une bibliothèque d'échange, des brocantes, des marchés artisanaux, etc. Ainsi, de l'activité première de jardinage, de partage de temps libre, le projet a tendu vers la diffusion culturelle.

La Recyclerie a élu domicile dans l'ancienne gare d'Ornano dans le 18^{ème} arrondissement de Paris en 2014. Centralisé autour de l'activité bar-restauration, ce « tiers lieu de loisir » axe sa programmation autour de trois principes : Réduire, Recycler, Réutiliser. Les nombreuses activités ludiques, artistiques, marchandes et éducatives du lieu génèrent des cycles écologiques sociaux, environnementaux et mentaux⁸¹. Ces activités développées autour des cycles quotidiens relient dans le temps des personnes, des enjeux et des espaces à travers des intérêts partagés et des relations humaines (repas, ferme urbaine, rendez-vous de création/récupération, prêt ou achat collectif de matériel, conférences, etc.) qui le transforment pour le rendre plus évolutif et réactif aux changements.

Dans le champ du cinéma, le Ciné-camion est une structure de création et de diffusion documentaire itinérante qui arpente chaque été les routes de France en quête de films à faire. Le collectif d'auteurs s'installe dans un lieu, gravite aux alentours et ne repart qu'après avoir réalisé plusieurs courts documentaires. L'objectif étant de s'immerger dans un espace pendant trois semaines, de partager du temps avec les habitants en restituant leur parole, leur temporalité, leur « vérité ». La diffusion des films donne lieu à des prises des réactions telles que « J'ai l'impression d'avoir pu écouter des gens, pour une fois. Parce que d'habitude, quand on entend des gens parler, c'est pour illustrer quelque chose dont ils n'ont pas grand chose à faire, comme le retard d'un train... »⁸², le cinéma documentaire en partageant l'expérience sensible et sa mise en récit permet aux hommes de se reconnaître et de se comprendre.

Ces projets rencontrent l'adhésion des publics en proposant des alternatives constructives aux conventions et aux produits industriels, en provoquant des rencontres et des échanges entre les habitants d'un lieu à travers des *expériences documentaires* au sens fondamental du terme : donner un

⁷⁹Guattari Félix, *Les trois écologies*, Paris, Galilée, 1989

⁸⁰Latour Bruno, *Reassembling the Social : An introduction to Actor Network Theory*, Oxford, Oxford University Press, 2005, p. 204-205

⁸¹Ibid.

⁸²Mal Cédric, *Embarquez à bord du ciné-camion*, [en ligne], Le Blog Documentaire, <http://leblogdocumentaire.fr/documentaire-embarquez-a-bord-du-cine-camion/> [consulté le 24/03/2015]

point de vue sur le réel dans une perspective à la fois poétique et politique.

3. Le rôle des médiateurs

Le documentaire favorise la réflexion, la rencontre et l'échange, il génère du lien social dont la salle de cinéma peut se porter garante en créant des médiateurs capables de transporter, traduire ou transformer le contenu et la nature des liens au sein de la communauté⁸³. Considérer le spectateur comme un être émancipé, capable, nécessite de dépasser l'opposition entre les experts et ceux qui ne savent pas voir⁸⁴ qui traverse l'histoire de la diffusion culturelle.

Un espace central et premier de convivialité

Mettre en place un espace de bar-restauration central permet d'inviter les spectateurs à venir s'alimenter au cinéma au sens propre comme au figuré. La cuisine, en tant que lieu propice aux confrontations et aux rencontres culturelles, permet le développement de différentes pratiques collectives facilitant l'accueil, le partage et la transmission.

Le média propre à la salle

Le site internet peut être envisagé comme le média propre à la salle de cinéma. La Gazette du réseau Utopia a prouvé son efficacité en faveur des oeuvres documentaires. Il permet de publier des articles sur les oeuvres écrits par les membres de l'équipe ou par des journalistes partenaires. Le site internet peut héberger des contenus documentaires gratuits sur le modèle de la plate-forme de l'ONF⁸⁵ et des liens vers d'autres plate-formes soutenues par la salle. Le site internet enrichi par des oeuvres à visionner individuellement est un endroit de découverte, vertueux s'il réussit à alimenter l'envie de documentaire des spectateurs. Il est possible de se servir du site comme outil de communication, en diffusant par exemple le court métrage d'un auteur en amont de la sortie d'un de ses films dans la salle. Le site internet peut être un moyen d'impliquer le spectateur, en organisant un festival de premiers courts métrages documentaires en ligne, ouvert aux votes des spectateurs, dont la cloture se fait dans le cinéma par exemple.

Le site internet du cinéma peut également être un lieu d'expression pour les spectateurs à travers la mise en place d'un forum de discussion et d'un système de partage de données. Cet espace permet à l'équipe du cinéma de prendre en compte les demandes, les remarques et les prescriptions des spectateurs. Il peut prendre la forme d'un espace de dépôt de vidéos, enregistrements, textes, productions des spectateurs eux mêmes en réaction à une oeuvre, dans le prolongement d'un débat

⁸³Latour Bruno, *Reassembling the Social : An introduction to Actor Network Theory*, Oxford, Oxford University Press, 2005, p. 204-205

⁸⁴Ibid.

⁸⁵ONF.ca

d'idées, à propos d'un sujet, sur le modèle de l'émission de radio La bas si j'y suis anciennement diffusée sur France Internet etc. Il prolonge la dimension communautaire de la salle et active le fonctionnement collaboratif et évolutif du projet.

Des micro-équipements médiateurs

Inventer des micro-équipements médiateurs à taille humaine connecte la salle dans l'expérience du réel. Cela permet d'être en phase avec les démarches démocratiques, écologiques, citoyennes et critiques des oeuvres documentaires. Des dispositifs sont conçus par des designers pour réintroduire l'échelle humaine dans l'espace public. Une structure comme le © banc à palabre⁸⁶ de Sarah De Gouy installée dans le hall peut permettre l'occupation des lieux par les spectateurs entre les séances. Son architecture préserve l'individualité et la diversité des motivations de chacun et peut favoriser les débats d'idées à l'issue des séances sur un mode plus horizontal que le débat dans la salle opposant structurellement le réalisateur aux spectateurs. © Le vélo en bois de réemploi⁸⁷ construit par le collectif OpenSources est un outil d'*écoprojection* issu du projet stéphanois CurieuZénergies⁸⁸. Trois vélos sont nécessaires pour couvrir les besoins énergétiques d'un vidéoprojecteur. Évènementialiser une séance en alimentant la projection par l'utilisation des vélos, permettre le visionnage individuel de films courts ou de bandes annonces dans le hall d'accueil du cinéma, etc. sensibiliser les spectateurs à travers un outil de médiation ludique, écologique. © Le très bon coin⁸⁹ est un système d'échange gratuits d'objets inusités, de bonnes pratiques et de savoirs faire. Les dépôts d'encombrants jalonnent les rues de la ville de Paris et témoignent de la circulation et du réemploi des objets. Réinventer cet usage existant au sein de la salle peut fonder des liens au sein de la communauté fréquentant le lieu, activer les échanges et les rencontres. Le très bon coin peut être utilisé comme outil de prescription autour de la programmation du lieu et permet d'impliquer les spectateurs dans la programmation de la salle en leur permettant d'exprimer leurs avis. Ces trois exemples de structures médiatrices, adaptables, permettent de servir les projets communs tout en favorisant la subjectivation des lieux par leur échelle humaine. Des structures de ce type peuvent être inventées par les spectateurs au service de la communauté. Une salle de cinéma peut être le lieu d'une démarche écologique permettant à la fois la sensibilisation aux problématiques de l'environnement, la création d'espaces sociaux réinventés et la réhabilitation de la subjectivité et de la singularité de ses spectateurs. L'espace est ainsi pensé et investi *par* les utilisateurs et non conçu *pour* eux de manière verticale.

⁸⁶Cf. Annexes Figures 1 et 2

⁸⁷Cf. Annexes Figures 3 et 4

⁸⁸ Réunissant à Saint Etienne, l'Ecole des Mines, l'ENISE, l'agence BP Design, Hélioise et le festival de films Curieux Voyageurs

⁸⁹Cf. Annexes Figures 5 et 6

Favoriser les rencontres auteurs / spectateurs

Favoriser le rôle des auteurs dans l'animation d'un lieu dédié au documentaire, par la mise en place de dispositifs tels que des résidences, des séances de *work-in-progress*, des cartes blanches, a une double visée. Briser les frontières artificielles entre la production d'une oeuvre et le moment de sa projection devant un public permet l'implication des publics et la possibilité pour l'auteur d'obtenir des retours directs et vivants sur son travail. La salle de cinéma peut devenir un lieu favorisant la création et pas seulement l'exposition des oeuvres. La résidence permet de soutenir un auteur en le rémunérant pour des ateliers à destination du public jeune par exemple.

II. Programmer les oeuvres documentaire

1. La multiprogrammation et le travail sur le long terme

Le rôle d'une salle de cinéma dédiée au documentaire est de mettre en valeur la puissance cinématographique des oeuvres et de favoriser leurs rencontres avec un public curieux d'y trouver des points de vue d'auteurs sur le monde et avant tout des histoires. Il appartiendra à une salle spécialisée dans le cinéma documentaire de ne pas enfermer les films dans un carcan stigmatisant en assumant sa spécialisation à travers une programmation irriguante, festive et incluante. Les frontières entre la fiction et le documentaire sont poreuses. De nombreux auteurs⁹⁰ de documentaires classiques subvertissent la forme documentaire et déplacent la frontière séparant la fiction du documentaire. Le travail de communication de la salle de cinéma doit éviter les marqueurs afin de surprendre les publics. Une salle de cinéma dédiée peut mettre en valeur de nombreuses oeuvres du réel, qui donnent un point de vue sur le monde, en dépassant les appellations tout en assumant sa spécialisation.

Il est nécessaire de développer des relations partenariales qualitatives et durables avec les distributeurs afin de pouvoir exposer des films « porteurs » en sortie nationale. Ces films bénéficiant d'un nom d'auteur reconnu, permettent d'attirer le public et de l'amener ensuite à découvrir d'autres cinématographies n'attirant pas *a priori* son attention immédiate. Il est essentiel d'afficher un engagement vis à vis des distributeurs et des publics à programmer les films sur la durée. La majorité des documentaires ne bénéficiant pas d'une campagne d'affichage conséquente, leur exploitation ne réside pas dans le profit immédiat d'une publicité donnée au film par son distributeur en amont de la sortie en salle. La communication autour des films passe alors par l'optimisation du média propre à la salle, du bouche à oreille, de la viralité des réseaux sociaux et de « l'évènementialisation » des séances. La multiprogrammation, qui implique moins de séances sur chaque film, mais une exploitation accompagnée et tenue sur la durée, est bénéfique au documentaire. Programmer des films sur la durée peut signifier les garder une année entière à l'affiche, à hauteur de quelques séances par mois. Cela revient à opérer un choix fort au service d'un film que la salle souhaite soutenir. Ce procédé peut devenir un évènement reconnu des spectateurs, une manière de labelliser un certain nombre d'œuvres que la salle souhaite mettre en valeur chaque année.

2. Le travail en réseau: synergie et réactivité

La veille documentaire

La plus-value d'un lieu de diffusion spécialisé réside dans son expertise d'un champ précis de

⁹⁰ Les frères Taviani (*César doit mourir*), Claire Simon (*Les bureaux de dieu*), Ari Folman (*Valse avec Bachir*), Jafar Panahi, (*Ceci n'est pas un film*) par exemple.

la création. Dans le cas d'une salle dédiée au cinéma documentaire, cela consiste à adopter une attitude d'écoute, un caractère réceptif du lieu vers l'environnement extérieur. En pratique, il s'agit de mettre en place un système d'information visant la collecte, le traitement et la diffusion de l'information ciblée sur le documentaire dans toutes ses formes de manière continue et dynamique. La veille documentaire permet à la salle de jouer le rôle fondamental de « défrichage » afin de découvrir et de donner de la visibilité à des oeuvres rares. Il s'agit également de pouvoir répondre aux demandes des spectateurs souhaitant diversifier leur pratique individuelle hors du lieu, des professeurs de la ville souhaitant alimenter un cours sur tel ou tel auteur, sujet ou période par une sortie en salle ou par la diffusion d'un film en classe, etc. Au delà de leur connaissance des films, les membres de l'équipe du cinéma doivent être en mesure de guider le spectateur vers d'autres manières d'expérimenter le matériau documentaire : *webdoc*, *serious game*, festivals, évènements, formations aux métiers du documentaire, etc. et posséder des informations mises à jour.

Perméabilité et réactivité

Une salle de cinéma documentaire doit se rendre perméable, capable de réagir à l'actualité dans l'urgence pour proposer aux spectateurs une pluralité de points de vue sur un sujet, un évènement, une question à chaud. En pratique, il s'agit de réagir aux évènements, aux sujets d'actualité, à ce qu'il se passe dehors et d'agencer les images, les points de vue, de les confronter afin de permettre aux spectateurs de se faire une idée éclairée. Afin de favoriser la prise de distance avec les idées reçues, la remise en question des phénomènes de société les plus pregnants, la salle de cinéma doit créer le trouble, l'instabilité. Juxtaposer, mettre en parallèle, faire des rapprochements inattendus, permet de déplacer le regard des spectateurs. Réagir à ce qu'il se passe en dehors de la salle consiste également à sortir des circuits traditionnels de distribution et d'exploitation et à sélectionner des images venues d'ailleurs. Courts métrages étudiants, films produits à l'échelle locale, films issus de la production web, sont autant d'objets à intégrer dans la programmation du lieu afin de favoriser l'expression de la diversité.

Une soirée hebdomadaire ou mensuelle peut être ouverte à la programmation par les spectateurs. Sur le site internet et dans l'espace d'accueil du cinéma, les usagers peuvent exprimer chaque semaine leurs demandes en votant pour un auteur, un thème, une esthétique qui les intéresse. L'équipe de programmation se charge de sélectionner une ou plusieurs oeuvres et de les diffuser la semaine qui suit au cours d'une soirée dédiée. Impliquer les spectateurs dans la programmation de séances permet de confier le relai de la communication autour du lieu.

Mutualisation et travail en réseau

Il est nécessaire pour une salle spécialisée de mettre en place un travail en réseau. A l'échelle de la ville de Paris, les structures dédiées au cinéma documentaire sont multiples et leurs propositions foisonnantes. Il en découle un morcellement des initiatives qui pourraient se trouver grandies en s'unissant dans un lieu sans pour autant perdre la singularité et la diversité qui font leur richesse. Co-animer des soirées de projection avec des associations ou des structures spécialisées permet de mutualiser les réseaux, les idées et les connaissances en faveur de la mise en valeur des oeuvres par leur rencontre avec un public élargi. En favorisant des partenariats avec différents festivals du réel à l'échelle nationale afin de proposer par exemple la reprise à Paris des films primés à Marseille ou à Lussas, sur le modèle de la reprise de la Quinzaine des réalisateurs au Forum des Images, la salle permet à la fois de découvrir de jeunes auteurs, de promouvoir des oeuvres exigeantes et de tester la potentialité de certaines oeuvres à émerveiller le public afin d'encourager les distributeurs à les accompagner en salle. Un partenariat avec la SCAM serait l'occasion de mettre en valeur les films documentaires ayant reçu les Etoiles de la SCAM durant un weekend évènementiel chaque année et de rencontrer un réseau d'auteurs important.

Les webdocumentaires en salle

Diffuser des webdocumentaires en salle permet de réintégrer la performance, l'oralité, la rencontre et la spontanéité en salle. En travaillant avec des auteurs souhaitant amener leurs programmes en salle, pour des moments de projection collective, la salle devient un lieu participatif, grace à la subjectivité d'un auteur garant de la forme de l'évènement.

3. Le documentaire pour le public jeune

La production documentaire n'est *pas destinée* au Jeune Public, pourtant plusieurs initiatives font état de réussites dans la rencontre entre les enfants et les oeuvres du réel. Il s'agit souvent de repérer des films qui n'ont pas forcément été réalisés pour des enfants mais qui sont en mesure de les intéresser. Pour les enfants curieux d'apprendre, de découvrir, les séances documentaires sont des moments riches. Pour les parents, les enseignants ou les professionnels de l'éducation à l'image, les films documentaires constituent un biais précieux pour alimenter un sujet d'étude, préparer une visite culturelle ou ludique ou prolonger le plaisir une fois de retour en classe ou chez soi. L'atelier d'échanges de pratiques « Y a-t-il un cinéma documentaire pour le jeune public? » organisé par l'AFCAE durant les Rencontres Jeune Public à Tours en 2014, a mis en avant des expériences initiées par les médiathèques. La Cinémathèque Ribert Lynen de la Ville de Paris exploite un fonds 16mm en cinéma itinérant, les Enfants de Cinéma élaborent des programmes documentaires destinés au jeune public,

l'Agence du Court métrage a édité un DVD à destination des médiathèques (des DCP sont en train d'être numérisés avec le soutien du CNC pour les salles). La Petite Unipop du cinéma Jean Eustache à Pessac inclut des projections de films documentaires suivies d'un cours adapté aux enfants sur l'histoire du genre : dans ce cadre, les enfants ont pu découvrir *Nanouk l'Esquimau* de Robert Flaherty et *La Vie est immense et pleine de dangers* de Denis Gheerbrandt. Le Festival Cinéma du réel développe en partenariat avec le Mois du Film documentaire un Jury des Jeunes, composé de lycéens, qui décerne un prix de 2500 € parmi les trois sélections de longs métrages.

Dispositifs d'éducation à l'image

Le documentaire est le grand absent des dispositifs nationaux d'éducation à l'image Ecole et cinéma et Collège au cinéma. Présent dans le dispositif Lycéens et apprentis au cinéma, il est plébiscité par les enseignants. La salle peut intégrer de fait ce dernier dispositif et travailler à faire entrer dans les deux premiers des oeuvres du réel en participant aux comités de sélection et en apportant des exemples de films ayant démontré leur pertinence à être présenté à un public jeune.

Le jeune public

Pour les plus jeunes, un cycle annuel de films peut être proposé sur le modèle de la Petite Unipop du cinéma Jean Eustache à Pessac. Les projections sont accompagnées d'ateliers pratiques ou théoriques réunissant les parents et leurs enfants dans le prolongement de l'expérience ludique cinématographique. Les oeuvres documentaires se prêtent facilement à des activités de prolongement sur des techniques de réalisation ou des thèmes forts tels que l'environnement, les animaux, le sport, les arts, etc. L'organisation d'ateliers à l'issue de la séance permettent à l'enfant de s'exprimer sur ce qu'il vient de voir et de vivre un moment de partage et de détente transitoire avant de rentrer chez lui. Un programme papier annuel ou semestriel incluant des activités ludiques peut servir de carnet de bord au jeune spectateur tout au long de son parcours de découverte du cinéma.

Le public adolescent

Le public adolescent est actuellement le public le plus éloigné de la salle de cinéma indépendante. Elle représente bien souvent pour lui la salle de ses parents. Plusieurs films documentaires mettant en scène cet âge de la vie sont sortis en 2014/2015 tels que *Spartacus et Cassandra* de Ioanis Nuguet, *Les règles du jeu* de Claudine Bories, *La Cour de Babel* de Julie Bertucelli ou *Chante ton bac d'abord* de David André. Différentes initiatives peuvent être envisagées par la salle afin d'engager le public jeune et de lui proposer de découvrir des oeuvres documentaires exigeantes et fortes. Nous prendrons trois exemples:

Travailler avec un groupe de jeunes, une classe de collège ou lycée, des centres sociaux, foyers, etc. souhaitant effectuer un travail de sensibilisation au cinéma sur le long terme peut passer par différents principes médiateurs : le choix du sujet par les jeunes eux même, parce qu'il les touche, les questionne, les intéresse, peut permettre leur implication dans le projet et une valorisation de leurs connaissances. La prise en compte de leurs références passe par l'échange: chacun des membres du groupe apporte une source (vidéos, textes, photos, extraits, etc.) qui selon lui nourrit le sujet dont il est question, la salle propose un film ou un programme de courts métrages traitant du sujet à travers un ou des point(s) de vue d'auteur(s). La retransmission du projet est construite en équipe : sa forme peut être la projection et l'animation d'un film élu par le groupe, une retransmission transmédias mêlant par exemple une exposition dans le hall de la salle, une projection, un blog faisant le récit de l'expérience, mais cela peut prendre la forme d'un court métrage réalisé par les jeunes eux même avec l'aide et le support logistique de l'équipe d'animation de la salle. Il peut être intéressant d'ancrer le projet dans une dimension professionnelle : faire intervenir des auteurs, *webdesigner*, mais aussi des techniciens, monteurs ou producteurs au cours de ce projet permet de faire découvrir les différents métiers de la filière cinématographique.

Un auteur en résidence dans la salle de cinéma peut animer des ateliers de pratique avec le public adolescent. En partenariat avec le dispositif Passeurs d'images ou de manière indépendante, la salle peut proposer des stages pendant les périodes de vacances et/ou des ateliers hors temps scolaire. Il sera nécessaire pour la salle de s'équiper de matériel léger de prise de vue et de son afin de favoriser la pratique et de permettre au réalisateur de transmettre son savoir aux jeunes. La salle propose des temps de projections autour des films de l'auteur et/ou de films enrichissant un thème ou une technique de réalisation.

Permettre aux jeunes de devenir jury d'un festival organisé par la salle (films d'étudiants internationaux par exemple) peut favoriser le dialogue autour des oeuvres et aiguïser les regards. Le film primé est diffusé au cours d'une séance animée par les membres du jury eux même.

Ces trois exemples mettent en exergue des principes de travail avec les jeunes qui favorisent l'échange, le partage des références de chacun, la valorisation des individus, la mise en pratique et la transmission des savoirs. Nous pensons qu'il faut être capable de laisser les clefs du lieu, de laisser place à des initiatives et parfois d'exclure les adultes des séances à destination du public jeune.

III. Générer des ressources

1. ... Via les plateformes de financement collectif

Au vu des résultats prometteurs de nombreux projets documentaires sur les plateformes de *crowdfunding* et de la capacité de certains lieux culturels à rassembler des contributeurs nombreux, nous pensons que le recours au financement participatif a plusieurs avantages. Afin d'ouvrir ou de réhabiliter un équipement, une campagne de financement participatif permet tout d'abord de construire une communauté de spectateurs prête à soutenir et à fréquenter la salle qu'elle a aidé à créer ou à réhabiliter. Cette démarche correspond à l'établissement des principes premiers fondant le projet tels que le collectif, la collaboration, la proximité et la réciprocité. Réunir une communauté et une somme de départ permet de prouver à d'autres partenaires financiers la nécessité du projet. Il s'agit d'utiliser le principe de la viralité et de faire croître un buzz nécessaire à la foi d'autres financeurs dans le projet. Afin de donner toutes ses chances à la collecte, il peut être intéressant de proposer des contreparties permettant aux contributeurs de participer à l'élaboration du projet culturel de la salle, de bénéficier d'un accès privilégié aux espaces et de participer à l'inauguration du lieu à travers des moments festifs et incluants.

La salle, dans sa volonté de favoriser la création peut soutenir le financement participatif d'oeuvres (web)documentaires, nous envisagerons deux exemples de dispositif :

La salle de cinéma peut travailler en partenariat avec des auteurs en amont de leurs campagnes de *crowdfunding* via l'organisation d'évènements dans la salle. L'auteur présente au public l'une de ses précédentes oeuvres, un extrait de son travail en cours ou un film ayant inspiré sa démarche créatrice dans le but de sensibiliser une première communauté de contributeurs au projet pour lequel il recherche des financements.

La salle de cinéma peut également travailler en partenariat avec un auteur suite au succès de sa campagne de collecte en proposant aux porteurs de projet d'inviter les contributeurs à un évènement organisé dans le lieu (cette invitation peut être une contrepartie de la collecte). Ce rendez-vous peut être l'occasion d'inviter des professionnels de l'image à venir prendre le pouls de la réception du projet en cours ou du film achevé grâce à la campagne face à un public en salle. Ce dispositif permet de soutenir la réintégration de certains films autofinancés dans la filière classique.

2. ... pour soutenir les auteurs

La salle de cinéma documentaire peut mettre en place des actions concrètes pour soutenir les auteurs. Nous prendrons trois exemples:

L'accueil d'un auteur associé au sein de la salle est une démarche favorisant la disparition des frontières entre le moment de la création d'une oeuvre et sa projection devant un public. Elle favorise les échanges, la co-création et le décloisonnement des pratiques. L'auteur, par sa présence sur le long terme dans la salle peut permettre de créer des liens privilégiés avec les spectateurs en proposant des ateliers de réalisation pour les jeunes, des *work-in-progress*, en participant à l'évolutivité du lieu. L'auteur peut bénéficier de cartes blanches tout au long de sa résidence.

Une salle dédiée au cinéma documentaire peut créer un prix annuel. Le rôle de la salle dans la création de ce prix consiste à rechercher un ou plusieurs mécènes par an prêt à soutenir la création documentaire. Un prix représente la possibilité d'avoir une vraie politique de mécénat culturel libre et d'initiative privée soutenant des oeuvres documentaires ambitieuses.

La salle peut servir de lieu de synergie et de rencontres professionnelles autour de la création documentaire en invitant par exemple les producteurs et diffuseurs à venir découvrir le temps d'une soirée de jeunes auteurs pitchant leurs projets.

3. ... pour élargir le champ d'action du lieu

Une salle dédiée au cinéma documentaire située à Paris ou dans une grande agglomération peut bénéficier de plusieurs subventions au même titre que toutes les salles indépendantes réalisant un travail fourni en faveur des œuvres de la diversité : subvention Art et Essai, aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence, subvention Europa Cinéma. Cependant, la volonté de diversifier les activités en faveur de la création web, de projets en cours de production, d'ateliers participatifs, de la mise en place de micros-équipements, etc. nécessite un budget dédié à l'animation élevé qui n'est pas forcément pris en compte dans les aides accordées aux salles par le CNC.

La salle doit donc trouver des sources de financements propres pour développer ses activités. Le bar-restaurant a, en ce sens, une fonction centrale. La stratégie de l'indépendance réside dans la pluridisciplinarité du lieu qui permet d'activer des sources de financements variées et de cibler des entreprises qui peuvent être intéressées par le sponsoring. Le sponsoring n'est pas une pratique très répandue dans le milieu de la culture : ce type de financements privés concerne surtout les festivals ou les événements ponctuels importants, médiatisés. Ce mode de financement privé peut être développé à échelle locale, en favorisant une cohérence entre l'activité des financeurs et les principes structurants de la salle et en proposant des contreparties telles que la mise à disposition des lieux, la mise en visibilité des produits dans l'espace bar-restauration ou dans la scénographie du hall d'accueil, sur les espaces « publicitaires » du site internet ou sur les installations temporaires relatives à l'organisation de certains événements. La neutralité du mécène, qui ne devra en aucune façon influencer sur le propos

de l'évènement pourra être défini par l'élaboration d'une charte éthique au moment de la signature de la convention de sponsoring.

Conclusion

Une salle dédiée au cinéma documentaire est avant tout un lieu favorisant la rencontre entre les œuvres et les publics, un lieu connecté, de synergie, mettant en place une politique d'animation collaborative, évolutive et citoyenne. La spécialisation de la salle de cinéma implique de toucher un public moins averti sans toutefois décevoir les connaisseurs du genre en découvrant des auteurs, dénichant des œuvres rares et en proposant des évènements. Privilégier un espace du *commun* correspond à dépasser les frontières entre la production des œuvres et leur exposition en salle en favorisant les échanges entre les auteurs et les spectateurs. La salle n'est plus seulement un espace de d'exposition mais aussi de création. Elle s'engage auprès des auteurs en organisant des rendez-vous professionnels et tend vers une indépendance financière plus grande en optimisant ses ressources propres afin de demeurer un lieu de liberté intellectuelle en faveur des œuvres critiques, politiques et poétiques. L'Espace Saint Michel, salle de cinéma centenaire implantée dans le quartier de la Sorbonne à Paris réalise aujourd'hui un travail de programmation quasiment dédié au genre documentaire. Deux salles de respectivement 120 et 90 places composent ce lieu situé dans le 5^{ème} arrondissement de Paris. La fréquentation actuelle du lieu s'établit entre 50 et 60 000 entrées voire davantage les bonnes années. Son taux de remplissage moyen s'élève à environ 13,1 %, ce qui correspond à la moyenne nationale des établissements Art & Essai⁹¹. Les résultats de l'Espace Saint Michel nous permettent de croire qu'une salle dédiée au cinéma documentaire peut être viable dans le marché rude et concurrentiel de l'exploitation des films à Paris aujourd'hui, en développant une politique d'animation festive, irriguante et en s'attachant à inclure les publics jeunes. Se positionner sur internet en créant un média propre à la salle d'être en phase avec les usages des spectateurs. Cela correspond également à prendre en compte une nouvelle fenêtre prometteuse pour le documentaire qui démontre aujourd'hui sa capacité à séduire les internautes, à exploiter la viralité des réseaux et à créer son public via sa production et sa diffusion sur le web.

Nous considérons que ce projet de salle dédiée au cinéma documentaire doit prendre place dans un contexte plus général en faveur de la mise en valeur des œuvres auprès des publics. Renforcer la présence des œuvres du réel dans les dispositifs d'éducation à l'image nationaux, favoriser la création et la diffusion des œuvres documentaires sur internet, remettre en question la chronologie des médias, sont autant d'exemples qui pourraient bénéficier à une mise en valeur du genre. La SCAM, en la personne de Julie Bertuccelli, sa présidente, a affirmé sa volonté de « lancer [une] réflexion autour

⁹¹ D'après le CNC, *La géographie du cinéma, Les dossiers du cinéma*, n°331, septembre 2014, p. 47 : En 2013, le taux d'occupation moyen des fauteuils des établissements Art et Essai s'élève à 13,3 % sur le territoire national et à 14,5 % à Paris. L'Espace Saint Michel fait partie de la catégorie dite de la petite exploitation, réalisant moins de 80 000 entrées, dont la moyenne du taux d'occupation des fauteuils à Paris s'élève à 11,8 %

d'un vrai lieu de valorisation de l'histoire du documentaire dans toutes ses dimensions, télévisuelle, radiophonique, cinématographique »⁹² ce qui nous encourage à croire en ce projet d'ouverture d'une salle dédiée au cinéma documentaire.

⁹² Editorial de Julie Bertuccelli, présidente de la Scam publié dans la *Lettre Astérisque* n°47.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Bey Hakim, *TAZ Zone autonome temporaire*, L'éclat, Paris, 1997

Bole Nicolas, Mal Cédric, *Le webdoc existe-t-il ?*, Paris, Le blog documentaire, 2014, 607 pages

Comolli Jean Louis, *Voir et pouvoir : l'innocence perdue : cinéma, télévision, fiction, documentaire*, Paris, Verdier, 2004, 761 pages

Comolli Jean Louis, *Cinéma contre spectacle*, Paris, Verdier, collection « Sciences humaines », 2009

Gordey Serge, Lamour Catherine, Perrin Jacques, Pinsky Carlos, *Le documentaire dans tous ses états, pour une nouvelle vie du documentaire de création*, Ministère de la culture, Mars 2012, 86 pages

Hardt Michel et Negri Antonio, *Multitude – guerre et démocratie à l'âge de l'empire*, Paris, La découverte, 2004

Jeanneau Yves (dir.), *Combats documentaires 20 ans d'histoires vraies*, La Rochelle, Éditions Sunny Side of the Doc, 2009

Jenkins Henry, *La culture de la convergence, des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin, 2013, 336 pages

Jullier Laurent, Leveratto Jean Marc, *Cinéphiles et cinéphilies, une histoire de la qualité cinématographique*, Paris, Armand Colin, 2010

Mehl Dominique, *La Fenêtre et le Miroir. La télévision et ses programmes*, Paris, Payot, collection « Documents », 1992

Niney François, *L'Épreuve du réel à l'écran. Essai sur le principe de réalité documentaire*, Bruxelles, De Boeck, 2000.

Niney François, *Le Documentaire et ses faux-semblants*, Paris, Klincksieck, 2009.

Rancière Jacques, *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique éditions, 2008

Schmitt Thomas, « *Le cinéma documentaire à la télévision* », in Laurent Creton (dir), *Le Cinéma à l'épreuve du système télévisuel*, Paris, CNRS Édition, 2002

Etudes, Rapports

Gordey Serge, Lamour Catherine, Perrin Jacques, Pinski Carlos, *Le documentaire dans tous ses états. Pour une nouvelle vie du documentaire de création*, rapport au ministère de la Culture et de la Communication, 2012

Jeannin Ophélie, *Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ?*, Dossier pour le forum d'Avignon « Les pouvoirs de la culture », 2013

Repiton Isabelle, *Etat des lieux du documentaire*, SCAM, 2011

Le documentaire et les plateformes numériques. Un écosystème en transformation, Etude de l'Observatoire du documentaire, Montréal (Québec), Observatoire du documentaire / Documentary Network, janvier 2011.

L'État du documentaire, 2000-2010. La place de la création dans la production documentaire, étude réalisée par le ROD (Réseau des organisations du documentaire), Paris, ROD, mars 2011.

État des lieux du documentaire, étude sur la manière dont les auteurs analysent leur métier et comment ils voient leurs relations avec les producteurs et les diffuseurs, Scam, juin 2011.

Les Français aiment le documentaire ! Les Français et le genre " Documentaires & reportages ", sondage Scam / Ifop, Paris, Scam, avril 2011.

Audiovisuel et cinéma: panorama des interventions territoriales 2013, Ressources et études CICLIC, [en ligne] <http://interne.ciclic.fr/guide/REC-n1-Guide2014.pdf> [consulté le 20/01/2015]

Mémoires

Lepinay Jean-Yves (dir.), Rebours Camille, *Le film documentaire en bibliothèque publique, quel avenir?* Ensib, 2014

Tramond François-Xavier (dir.), Leclercq Lucile, *Le crowdfunding : une technologie de rupture pour la politique culturelle française*, HEC, Sciences Po, Paris, 2014

Conférences en ligne

SCAM, « le Grand écran : chance ou ghetto pour le film documentaire ? », octobre 2013

SCAM, « le Documentaire emporté par la foule », avril 2013

Desfarges Pascal, « Histoires et enjeux des cultures numériques », juin 2012

ANNEXES

Tableau I. Les commandes des diffuseurs en documentaire en 2013

	Heures initiées (h)	Apport des diffuseurs (M€)	Coût horaire (K€)	Apport horaire (K€)	Taux de financement (%)
Chaînes nationales publiques	1377	159,39	225,9	111,9	49,5
Chaînes nationales privées gratuites	587	37,19	107,5	61,5	57,2
Chaînes payantes	828	36,1	100,9	39,5	39,1
Chaînes locales	267	9,04	106,5	25,8	24,3
Services en ligne	33	1,19	99,1	33,1	33,4
Autres chaînes		0,08			
Total	3092	242,99	158,3	74,6	47,2

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Tableau II. Participation moyenne de films soutenus par des diffuseurs au cours des périodes 2002-2005 et 2006-2011 aux festivals FIPA, Cinéma du réel et FID

	2002-2005	2006-2011	Variation
	Nombre de films / an	Nombre de films / an	(en %)
ARTE	7.25	3	-58.6%
France 3 régions	3.5	0.8	-77.1%
France 3 National	1.5	0.7	-53.3%
France 5	2.25	0.5	-77.8%
France 2	1.5	1	-33.3%
Canal Plus	0.5	0	-100%
Câble uniquement	1.25	0.8	-36%
Locales exclusivement	5.5	2.7	-50.9%
Sous total 1	23.25	9.5	-59.1 %
Films sans diffuseur	13	20	+53.8%

Source : Le documentaire dans tous ses états, mars 2012

Tableau III. Longs métrages documentaires agréés bénéficiant d'aides des collectivités territoriales

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombre de documentaires	1	6	9	8	12	8	11	11	20	14
Montant apporté (M€)	0,14	0,39	0,68	0,69	1,32	0,56	1,38	0,82	1,15	1,12

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Tableau IV. Les genres de documentaire télédiffusés

Genre	Heures
Société	1584
Histoire	272
Géographie/voyages	249
Environnement/nature	211
Sport	144
Ethnologie/sociologie	130
Arts	120
Spectacle vivant	107
Cinéma	91

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Tableau V. Documentaires en première exclusivité en salle selon le nombre d'établissements en première semaine

Nombre d'établissements	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
- 10	50	42	33	39	36	37	38	57	63	57
10 à 29	16	13	13	19	10	20	19	25	21	18
30 à 49	1	1	1	3	2	8	11	4	6	6
50 à 99	4		1	2	7	2	5	2	1	1
100 à 299	3		3	2	2	3	2	1		2
300	3	1	1	2	1	1	1	1	1	3
Total	77	57	52	67	58	71	76	90	92	87

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Tableau VI. Films documentaires inédits selon le nombre d'entrées en salle

Nombre d'entrées	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
-100 000	68	55	50	62	54	66	70	86	90	80
100 000 à 500 000	6	1	1	4	4	4	5	4	1	6
500 000 à 2M	2	1	1	1		1			1	1
+ de 2M	1						1			
Total	77	57	52	67	58	71	76	90	92	87

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Tableau VII. Les films documentaires ayant réalisé le plus d'entrées en salle entre 2009 et 2013 :

Films	Année	Nombre d'entrées (en millions)
Océans	2010	2.88
Mickael Jackson's This is it	2009	1.55
Sur le chemin de l'école	2013	1.17
Félins	2012	0.76
Chimpanzés	2013	0.46

Source : Le marché du documentaire en 2013, CNC

Entretien avec M. Cyril Peyramond, coordinateur du dispositif de diffusion Toiles du doc en région Rhône-Alpes

Au café Bellecour à Lyon le vendredi 20 janvier à 15h, 2 heures.

Astrid Charles : Quel parcours professionnel vous a mené à coordonner aujourd'hui le RADI Régional et les Toiles du doc ?

Cyril Peyramond : J'ai un long parcours de cinéma, j'ai été exploitant sur l'agglomération lyonnaise très jeune, à 22 ans. Tout d'abord à Jeanne Mourguet à Saint Foy les Lyon puis au cinéma de la Duchère en tant que responsable de la programmation puis directeur. Huit ans plus tard, je suis devenu réalisateur de courts métrage et de documentaires, de 2000 à 2011. En coproduction avec des chaînes thématiques, j'ai réalisé des docs du "milieu". Je suis cinéphile, j'ai une culture de cinéma et je viens de la salle, j'y ai construit mon rapport avec le cinéma, j'ai donc une cinéphilie de la salle, pas du DVD, ainsi pour moi le film n'est pas qu'un objet mais bien une expérience. Mon expérience en salle m'a permis d'affiner ce rapport là. J'ai travaillé avec les chaînes de télévision mais toujours avec une envie de cinéma dans mon travail. En 2011, je voulais revenir à l'exploitation ou à l'action culturelle ainsi en 2012 j'ai été recruté à la région pour remplacer Catherine Puthod, chargée de mission cinéma et audiovisuel. Je me suis retrouvé, de la place de réalisateur à la place de chargé de mission en charge de la production, avec un regard sur l'enveloppe budgétaire etc. mais aussi un regard global sur la filière documentaire et plus largement audiovisuelle. C'est à ce moment là que ces projets ont commencé à être envisagés. J'ai été amené à travailler sur ce qui a préfiguré ce qui allait être le RADI Rhône Alpes notamment. Pour comprendre, il faut expliquer que, d'une part, le CNC a ouvert une possibilité de financer des projets d'accompagnement à la diffusion aux régions, ce qui est en fait l'arrière plan de l'arrivée des projets RADI et Toiles du doc. D'autre part, au niveau institutionnel, la région Rhône Alpes étant la deuxième région au niveau de la production (Rhône Alpes Cinémas 2 500 000€ d'aide à la production) et des réflexions ont été lancées pour répondre aux enjeux de mise en visibilité, de valorisation des films produits, et ce notamment sur l'espace territorial. Une première réflexion a été lancée fin 2012 et a abouti à un travail sur le court métrage. D'abord un programme de courts métrages régionaux co-préparé avec l'agence du court a été distribué dans les salles. Puis un RADI régional sur le modèle de celui qui existe à l'Agence du Court Métrage a été mis en place en région Rhône Alpes. La réflexion s'est lancée en 2012, une étude d'un an a abouti à la mise en place du RADI régional début 2014. Sur le terrain du documentaire il n'y avait alors rien de tel spécifique. En revanche, sur cette année 2014, la région s'est conventionnée avec les trois réseaux de salles GRAC, Les écrans, L'ACRIRA, avec notamment l'idée d'optimiser la visibilité des films régionaux, notamment les documentaires. Ensuite j'ai remplacé la directrice du cinéma de Décines pendant l'année 2013/2014. J'ai donc un parcours très transversal : production, réalisation, approche artistique, mais aussi diffusion. A travers mon expérience en

tant que réalisateur j'ai toujours été frustré du manque de diffusion de mes films, il manquait un dispositif spécifique qui permettrait aux films d'avoir une deuxième visibilité en dehors des chaînes et des salles, qui leur permettrait de rencontrer un vrai public, pas seulement un public virtuel. Par ailleurs en tant qu'exploitant j'ai eu une expertise réelle de la difficulté à trouver de la place, des créneaux pour le documentaire. Dès que Les Ecrans ont eu les moyens de coordonner le RADI Rhône Alpes, ils m'ont contacté pour gérer cela sur un mi-temps. Puis au mois d'avril, a commencé une réflexion au niveau régional pour construire un dispositif spécifique de mise en valeur du documentaire qui est donc devenu Les toiles du doc. Cela c'est fait dans un échange avec Ardèche Images et Catherine Puthod à la région. Donc ce projet est un peu particulier, en effet je l'ai écrit et conçu en lien très étroit avec Ardèche Images mais ce ne sont pas eux qui ont proposé le projet à la région. Ils sont connus et respectés dans le monde du documentaire au niveau national et international, ils ont une multiplicité d'activités, mais ils ne s'étaient jamais positionnés sur une activité de diffusion, ce n'est pas leur cœur de métier, ce n'est pas une compétence qu'ils portaient, et depuis longtemps ils voulaient s'en saisir sans savoir comment. Donc le projet Toiles du doc vient de tout ça : ma volonté propre a rencontré l'envie de diffusion de Lussas et celle de valorisation du documentaire de la région. J'ai donc rencontré des personnes dans des endroits précurseurs concernant la diffusion du documentaire, en Bretagne notamment. J'ai rédigé un pré-projet cet été, il y a eu toute une phase où la région ne voulait pas travailler avec Ardèche Images mais vraiment avec les salles de cinéma. Il a fallu positionner le projet pour faire faire volte face à la région, pour leur faire comprendre que les salles ne travailleraient que sur les films distribués, ce qui ne concerne pas la majorité des productions documentaires régionales. Les trois quarts des films auraient ainsi été laissés de côté. Le projet que j'ai proposé intégrait ces films et d'autres lieux de diffusion. La Région a fini par évoluer sur sa position et en trois semaines au mois d'octobre nous avons finalisé et déposé le projet à la région. Il a été financé en décembre.

A.C : A hauteur de combien a-t-il été financé par la région ?

C.P : 45 000 euros. Cette subvention permettra de payer un salaire sur un mi-temps et d'avoir une enveloppe pour l'aspect promotionnel, la venue des intervenants etc. Pour l'instant cette subvention vaut pour l'année 2015 pour la mise en place du projet avec comme enjeu de faire valoir sa pertinence du projet. Cependant les élections régionales à venir peuvent changer la donne.

A.C. : Êtes-vous le seul salarié du dispositif?

C.P. : Ardèche Images, dans le cadre de son développement, avait prévu pour la fin de 2014 le recrutement de deux services civiques sur des missions de diffusion et de médiation autour du documentaire. L'une d'elle travaille sur la valorisation des films des étudiants du master de Lussas et l'autre, Clothilde, Clotilde est spécifiquement sur des actions d'aide à la diffusion des docs sur le territoire ardéchois. Elle m'assiste de

facto sur Les Toiles du doc. On considère donc que Les Toiles des docs est un dispositif d'aide à la diffusion sur le territoire Rhône Alpes avec un focus sur le département ardéchois qui répond aux missions d'Ardèche images. C'est là où le projet essaye de faire le syncrétisme entre un besoin d'Ardèche Images de rayonner sur son territoire dans un premier temps, le souhait de la région de rendre visible les films et mon envie de mettre en place un projet qui se voudrait autant que possible vertueux, sur l'ensemble de ce qui peut se faire en documentaire en région Rhône Alpes.

A.C. : Concrètement, quand et comment ce projet sera-t-il mis en place?

C.P. : Nous nous sommes fixés, pour la première phase de structuration du projet et notamment en termes administratifs, la fin du mois de mars. Il y a beaucoup de choses à construire : quel rapport avec les sociétés de production ? Etablissons-nous une convention de partenariat avec les lieux? Quels critères de sélection pour les films ? etc. Le premier élément est de constituer le réseau des lieux sur lesquels on expérimente le travail du dispositif, et de sélectionner 4 ou 5 films pour lancer ce travail. Ensuite nous devons commencer à travailler ces films dès maintenant pour essayer de leur donner une visibilité et de nous donner une visibilité. Nous sommes en train de créer des éléments de communication également. Nous n'envisageons pour l'instant pas de grand lancement du dispositif, je préfère commencer sur des actions concrètes pour expérimenter ce qui marche et ce qui ne marche pas, nous ne souhaitons pas faire par exemple une grande avant-première. Cependant nous sommes rattrapés par l'actualité car deux films vont sortir et pourraient être l'occasion de faire quelques événements un peu plus officiels. En fin de semestre, il faudrait aussi que le comité de sélection puisse être opérationnel dans l'idéal, afin de travailler cet été et pouvoir lancer le "catalogue" sur la saison 2015/2016 au second semestre.

A.C. : Quelle forme prendra le catalogue de Toiles du doc?

C.P. : Nous nous appuyerons sur le pôle ressources de Lussas et le Catalogue du film documentaire, deux bases de données constituées, donc nous ne ferons pas un nouveau catalogue. Cependant ces questions ne sont pas actées. Pour toutes les ressources en information nous nous servirons de ces bases de données là. Nous allons rendre visible les films que nous travaillerons grâce à un accès professionnel, notamment via une page vimeo, qui ne sera pas publique mais un accès codé. Et dans un second temps, nous ferons un travail de présélection pour le comité via vimeo également. Le "catalogue" définitif sera composé de 15 films par an environ.

A.C. : Qui sont les professionnels qui composeront le comité de sélection des films du catalogue ?

C.P. : Majoritairement de diffuseurs, ce n'est pas figé mais il faudrait qu'il y ait des représentants de l'exploitation, du réseau alternatif, une minorité du pôle Ardèche Images, des représentants des tutelles Région et Département Ardèche, et peut-être la DRAC. Enfin, un auteur de doc, pas forcément de la région serait

bienvenu. Nous voulons limiter voire éviter des représentants du milieu de la production pour éviter autant que possible les risques de "copinage".

A.C. : Comment les salles et lieux alternatifs que vous visez pourront-ils "commander" les films qui les intéressent ? Allez-vous mettre en place un réseau de lieux ?

C.P. : Il y a l'idée de travailler d'une part avec les salles de cinéma, qui n'auront pas de sélection. Nous travaillons avec les groupements de salles de cinéma pour organiser des circulations, cela concernera 3 ou 4 films par an. Pour les autres lieux, au début une quinzaine puis davantage, nous les identifions et leur proposons des films. Le premier objectif est que chaque lieu fasse 2 à 3 soirées par an, donc 45 séances par an environ sur la première année de démarrage. A partir de là, nous espérons que les lieux entendront parler du dispositif et s'adresseront à nous. Ce que nous n'avions pas anticipé, c'est que des lieux viennent déjà nous voir, prennent contact avec nous. Des lieux, des associations s'adressent à Ardèche Images qui les rebascule vers nous aujourd'hui. La dimension qui naît aujourd'hui et qui n'était pas celle voulue pour ce dispositif, est d'être un prestataire à la carte et de répondre à des demandes à la carte. Cependant Et cela nécessite des moyens que nous n'avons pas actuellement. Pour l'instant je les prends nous les acceptons pour étudier, avoir une vision globale et pouvoir réorienter le projet ou rester sur notre ligne initiale : structuration d'un réseau, limitations des demandes « à la carte ». Cela fera peut être évoluer la dimension « catalogue » avec par exemple nos 15 films Toiles du doc et une autre sélection pour répondre aux demandes, mais cela obligerait à se positionner parmi d'autres structures conseils comme la Maison du doc de Lussas, Documentaires sur grand écran etc.

A.C. : Les lieux devront-ils payer une adhésion pour entrer dans le réseau?

C.P. : Ce n'est pas l'idée pour l'instant. L'expérience du RADI nous amène à penser que le critère financier peut rebuter la participation des structures au dispositif. L'idée du réseau c'est "d'autres lieux pour le documentaire" donc des lieux hétéroclites, éloignés, naturellement des médiathèques, bibliothèques, MJC, mais aussi des cafés associatifs, des cafés dans des villages, dans lesquels l'objet documentaire est propice à des temps d'échange et de dialogue. Le documentaire, sans en négliger l'aspect créatif, artistique, peut aider, créer du lien, de l'intelligence, des échanges d'idées, de concept.

A.C. : Quels sont vos propositions d'accompagnement des films sélectionnés ?

C.P. : L'idée est de travailler avec les réalisateurs, nous essaierons de mettre en place quelque chose comme dix dates sur un film où le réalisateur pourra se déplacer. Le réalisateur a besoin de ce retour et les gens ont envie d'être face au créateur, c'est le plus important. Les réalisateurs de docs, sont très souvent isolés et ces moments-là où d'un coup on existe dans le regard et le retour du public, c'est une pilule de magnésium pour les mois à venir, c'est extrêmement important. On sous-estime souvent ce temps. Nous ferons en sorte de

fédérer également un réseau de pédagogues autour des documentaires, de théoriciens, nous n'aurons aucun mal à trouver des gens qui puissent circuler. Du fait d'être en partenariat avec Ardèche Images nous envisageons également de construire quelque chose avec le master réalisation et production de Lussas. Les étudiants voient beaucoup de documentaire de création, nous pourrions peut être les intégrer au dispositif et proposer à certains de devenir intervenants dans le cadre de leur cursus pédagogique et d'aller dans les lieux, d'accompagner les films, de savoir en parler et eux d'apprendre ce que c'est que le public.

A.C. : Les intervenants seront-ils rémunérés pour les interventions ?

C.P. : Les lieux ne paieront pas les interventions. Le schéma financier est assez simple : les lieux paient la location du film, le séjour du réalisateur ou de l'intervenant. Nous partageons avec eux le déplacement du réalisateur (ou de l'intervenant). Un des aspects novateurs de ce dispositif, qui existe déjà en Bretagne cependant, est que nous avons une enveloppe pour payer les réalisateurs qui ne sont pas en promotion. Un réalisateur dont le film sort doit faire son travail d'accompagnement, un réalisateur dont le film est sorti depuis des mois mérite plus qu'on le paye pour accompagner son film car c'est un travail à part entière, qui empiète souvent sur la préparation d'un nouveau projet. Nous n'avons pas prévu pour l'instant de rémunérer les intervenants « pédagogiques », alors que globalement en France c'est l'inverse qui est pratiqué, on valorise souvent davantage le savoir théorique.

A.C. : Quels outils de communication envisagez-vous pour mettre en avant ce nouveau dispositif de diffusion ?

C.P. : Une page sur le site d'Ardèche Images est en cours de réalisation. Nous développerons les outils traditionnels : une page web, une plaquette professionnelle, un document à destination des publics (plus light). Pour l'instant je n'ai pas envisagé de faire une grosse campagne de com, je ne dispose pas du budget pour cela et je souhaite avant, de commencer à travailler sur le terrain. J'attends d'avoir aussi qu'il y ait un film qui nous offre une grosse visibilité. Nous ferons peut être une bande annonce ou un *slide*. Nous envisageons une page facebook ou un tumblr, alimenté et relayé par les lieux. La bande annonce viendra sûrement quand nous aurons des films, cependant elle donnera à voir le projet de soutien au documentaire pas les films. Je m'interroge actuellement sur la pertinence de cumuler sur la même page Facebook les dispositifs dont je m'occupe, c'est à dire de proposer des rendez vous de courts métrages et des rendez vous autour de docs sur le même support avec cet en-tête qui reste le même : « films de proximité ».

A.C. : Vous indiquez sur la "pré-plaquette" que vous m'avez transmise que vous ne sélectionnez que des films de moins de 4 ans. Pourquoi ?

C.P. : Les films de patrimoine viendront. Pour l'instant le cadre de démarrage est celui-ci. La région ne voulait être que sur des films de l'année. Nous allons donc démarrer sur des films récents. Puis nous envisagerons des

propositions de films de répertoire, des films plus anciens. La question est la : Faut-il travailler sur un catalogue de 15 films? Ou faut-il être une plateforme de conseil avec davantage de films? Mais cela nécessiterait de voir tous les films et nous n'en avons pour l'instant pas les moyens.

A.C. : Pensez-vous vous associer Toiles du doc aux dispositifs scolaires ?

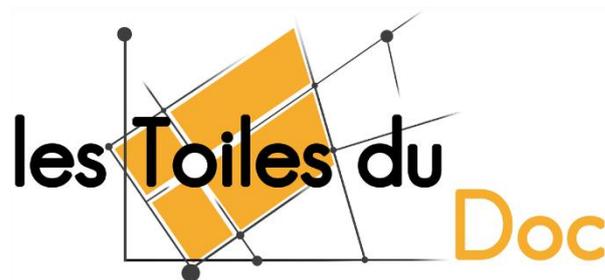
C.P. : La région a identifié Lycéens au cinéma comme un espace potentiel de diffusion de films régionaux estampillés région. Il y a systématiquement des films régionaux proposés dans la sélection des films de l'année. Et cette année il a été décidé qu'un documentaire régional soit proposé au comité de pilotage, il s'agit de *Lux* qui leur sera présenté le lundi 23 février. Un programme de courts métrages régional sera également proposé. Pour les plus jeunes, nous n'avons rien de prévu de nous positionner, cela viendra peut être.

A.C. : Quel sera votre positionnement par rapport aux projets *nouvelles écritures* (webdoc, jeu documentaire etc.)?

C.P. : Cela viendra peut être également. Je ne me pose pas la question en terme binaire, ni en terme restrictif. Mais il y a un préalable réel : ces nouvelles écritures se sont développées, faute de place en salle ou dans les dispositifs existants pour le documentaire, sur internet avec la possibilité d'utiliser de nouveaux outils de narration. Ce serait une sorte d'ironie que ces nouveaux médias produits hors des réseaux traditionnels par des auteurs qui ont investi un nouvel espace aient pour but ultime de retourner à la salle de cinéma. Il y a un travail à faire plutôt pour que ces nouvelles écritures trouvent un modèle économique sur internet. Cependant, certains auteurs développent des projets en lien avec un lieu physique, ont une appréhension de la salle, pourquoi pas! Mon but n'est pas d'être un défricheur de ces nouveaux modèles mais plutôt de donner de la visibilité à des docs traditionnels dans leur narration, il y a déjà beaucoup de travail. Cela peut être le travail d'une salle spécifiquement liée au documentaire, qui pourra avoir des espaces d'expérimentation.

Je tiens à travailler avec des lieux qui n'ont pas une identification liée au documentaire, charge à eux de s'en saisir. Je propose du contenu : dans une salle de cinéma cela pourra donner lieu à un débat, dans un café c'est un autre type d'interaction qui pourra être mis en place. Dans notre cas, nous souhaitons être un "go-between", un intermédiaire entre des façons de procéder, des œuvres. Par exemple, dans les propositions que je trouve intéressante, nous avons été contactés par un "syndicat" d'agriculteurs de la Drôme-Ardèche qui s'attachent actuellement à des problématiques de redynamisation du monde agricole, de transmission, avec une volonté de former de jeunes agriculteurs. Nous nous sommes rencontré et avons envisagé des propositions de rendez-vous culturels dans les fermes, avec des idées comme *doc-soupes* qui permettrait de voir des films et de mettre en valeur des produits du terroir par exemple. On n'est pas forcément sur une expérience multimédia mais sur une expérience impliquante et *transpublics*.

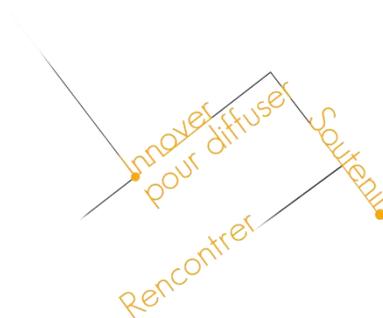
Plaquette Toiles du doc



DISPOSITIF DE SOUTIEN A LA DIFFUSION DOCUMENTAIRE EN REGION RHONE-ALPES

Pôle d'Excellence audiovisuel de la région Rhône-Alpes, le village de Lussas en Ardèche est un lieu de référence international dans le champ du documentaire de création.

Acteur historique du pôle, l'association Ardèche Images lance en 2015 un dispositif d'accompagnement à la diffusion des films documentaires à vocation régionale : les Toiles du **Doc**.



● **Améliorer la visibilité des œuvres documentaires** originales, conçues, produites et réalisées en Rhône-Alpes ou par des auteurs rhônalpins.

● **Favoriser l'accès des publics au cinéma documentaire et développer les échanges** avec les créateurs, par des séances accompagnées.

● **Participer à la dynamisation des territoires rhônalpins** en constituant un réseau de diffusion de proximité.

● **Apporter un soutien économique à la filière documentaire régionale**, en générant des ressources liées à la diffusion.

● **Fédérer les acteurs du cinéma et de l'audiovisuel** en région, pour accroître les synergies professionnelles.

les Toiles du **Doc** sont soutenues par le CNC, la Région Rhône-Alpes et le Conseil Général de l'Ardèche.

Coordination régionale

Cyril Peyramond

Tel : 07 83 46 77 10

diffusion.aura@gmail.com

Renseignements et coordination ardéchoise

Clotilde Bertet

Tel : 04 75 94 28 06

mediation2@lussasdoc.org

Ardèche Images

16 route de l'échelette

07170 Lussas

www.lussasdoc.org

Le documentaire favorise la réflexion, la rencontre et l'échange. C'est un genre cinématographique porteur de lien social.



ARDECHE IMAGES

les Toiles du **Doc** s'organisent autour d'un catalogue annuel de films et de leur circulation dans un réseau de lieux souhaitant diffuser des documentaires de création.



Les Chebabs de Yarmouk, d'Axel Salvadori-Sinz

Les lieux

Le but est de structurer un réseau de diffusion du documentaire en région, avec différents types de lieux et différents types de publics. En évitant de concentrer notre offre dans quelques établissements phares de la région, il s'agit ainsi "d'irriguer" en profondeur les territoires. Une attention particulière est portée à l'Ardèche, où le Pôle Documentaire de Lussas est implanté.

Réseau des salles de cinéma

les Toiles du **Doc** travaillent en étroite concertation avec les salles de cinéma Art et Essai. La plupart sont regroupées au sein de 3 associations régionales :

- le **GRAC** (Groupement régional d'actions cinématographiques), basé à Lyon, fédère 85 établissements;
- l'**ACRIRA** (Association des cinémas de recherche indépendants de la région alpine), basée à Grenoble, fédère 65 établissements;
- **Les Écrans**, basée à Valence, regroupe 42 cinémas en sud Rhône-Alpes.

Réseau de diffusion dit "alternatif"

Médiathèques et bibliothèques départementales, MJC, cafés associatifs ou collaboratifs, ciné-clubs...

les Toiles du **Doc** souhaitent élargir leur diffusion à des lieux plus variés et alternatifs, pour toucher différentes populations et faire circuler les documentaires dans des communes ou territoires éloignés de l'offre culturelle. L'intérêt de ce maillage est aussi de proposer des films plus adaptés à la demande.

Informations pratiques

Pour prendre part au dispositif, connaître les séances prévues sur votre territoire ou pour toute précision au sujet des Toiles du **Doc**, n'hésitez pas à nous contacter.

Nous donnons aussi la possibilité aux diffuseurs et professionnels de visionner en ligne les films du catalogue pour les aider dans leur sélection.

Pour vous accompagner dans la création de votre évènement, des outils de communication peuvent vous être proposés.

En outre, Ardèche Images développera progressivement des ateliers de pratiques artistiques autour du documentaire de création.



Rhône-Alpes

ardèche
LE DÉPARTEMENT

Les films

Les films seront choisis et renouvelés par un comité de sélection indépendant, qui se réunira une à deux fois dans l'année, et regroupera notamment plusieurs diffuseurs.

Chaque année, le catalogue sera constitué de quinze documentaires, conçus, produits et/ou réalisés en Rhône-Alpes :

- des **films aidés par le conseil régional** au titre de sa politique de soutien au cinéma et à l'audiovisuel
- des **films aidés par le département de l'Ardèche**
- des **films régionaux non soutenus par les fonds d'aide de ces collectivités**, mais reconnus de qualité par le comité de sélection.

La sélection sera principalement établie à partir des trois dernières années de production (2011 - 2014) puis à partir des œuvres achevées l'année précédente. Le catalogue pourra aussi intégrer occasionnellement des documentaires plus anciens.



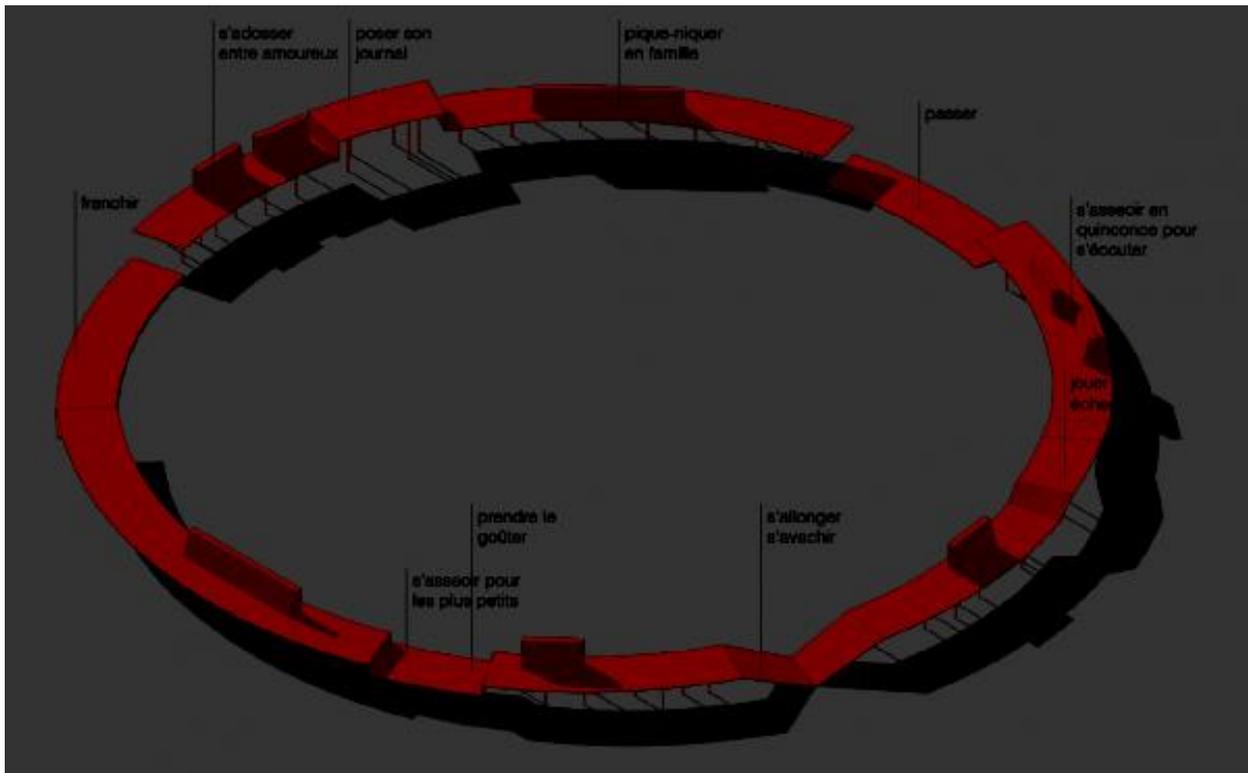
Vivant ! de Vincent Boujon

Les rencontres

La majorité des projections sera accompagnée d'une rencontre avec le réalisateur du film. Ces temps d'échanges et de débats à l'issue des projections apportent de la chair aux œuvres, et représentent pour les réalisateurs un retour direct et vivant sur leur travail. Le dispositif travaille donc étroitement avec les auteurs réalisateurs afin qu'ils puissent accompagner leurs œuvres en tout point de la région.

Si les documentaires sont affaires de points de vue, ils explorent aussi des sujets qui traversent et questionnent notre époque, dans des perspectives sociologiques, historiques, scientifiques, philosophiques... Aussi, certains films pourront être accompagnés par des intervenants plus "thématiques".

Figures 1 et 2 © Le banc à palabre de Sarah de Gouy



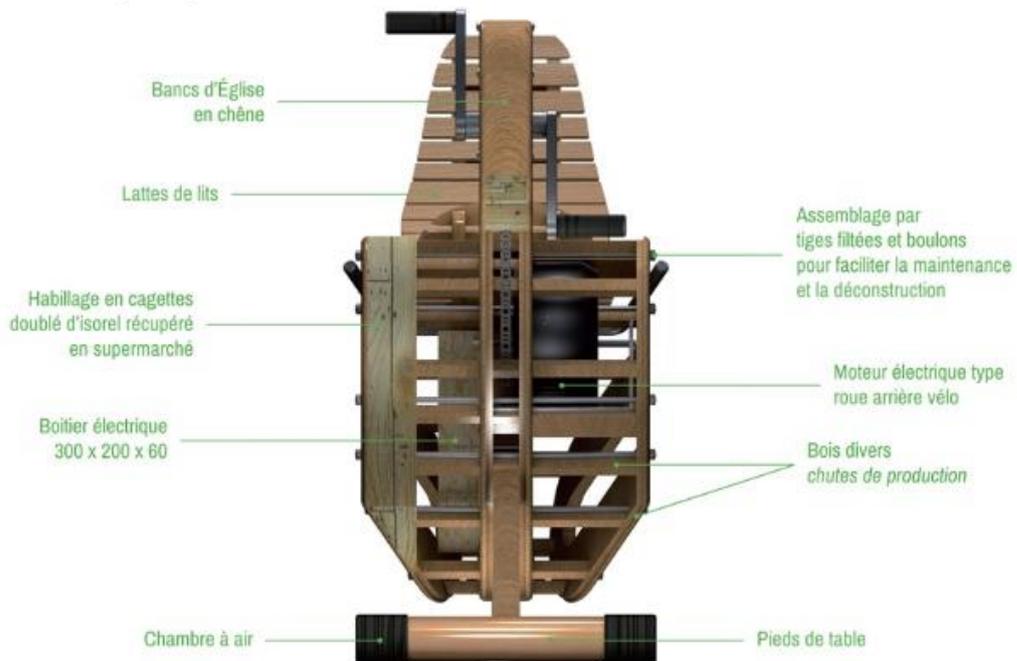
Source : <http://www.saradegouy.com/Site/sara-de-gouy-banc-palabres.html>

Figures 3 et 4 © Le vélo en bois de réemploi du Collectif OpenSources



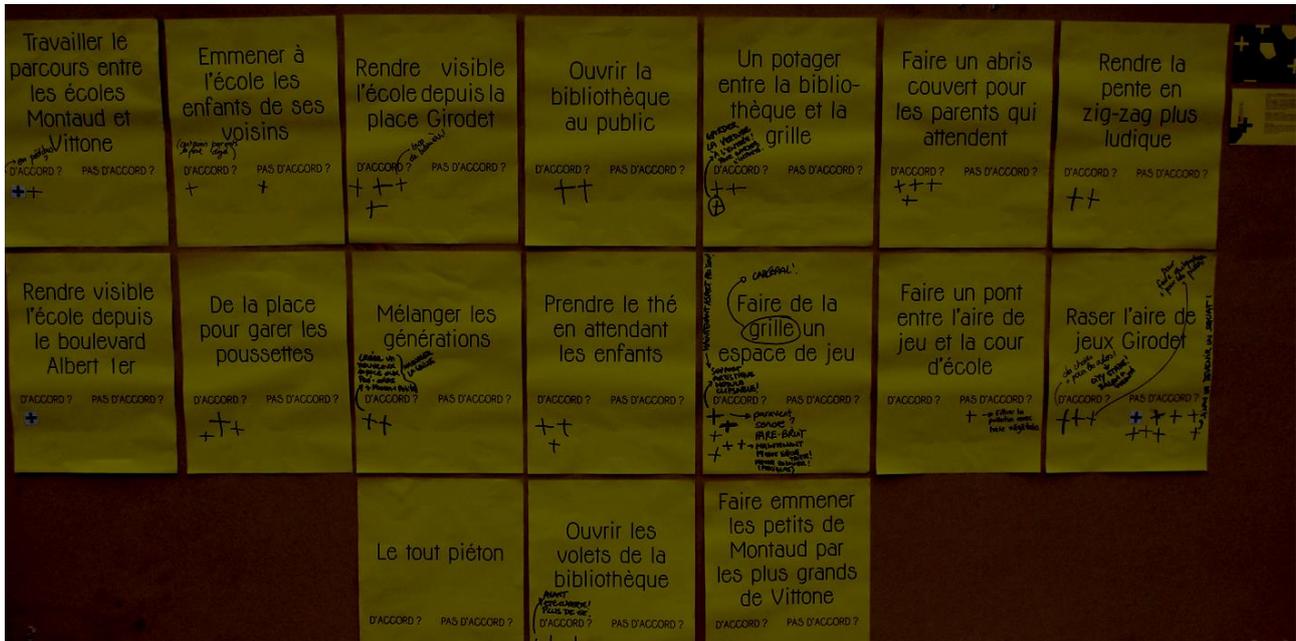
Matériaux utilisés

www.echo-system.fr



Source : <http://www.echo-system.fr/objet/curieuzenergies/>

Figures 5 et 6 © Le très bon coin



Source : <https://parcoursdejeu.wordpress.com/category/rue-jules-ledin-x-rue-du-midi/>

