

Clap de fin pour le cinéma

Piaget Eliott, Cuche Héloïse, Souto Alexandre et Ismaïli Anas.

Etudiant-e-s en ingénierie des médias, 1^{ère} année, HEIG-VD

Le secteur du streaming connaît une forte expansion depuis déjà plusieurs années. La pandémie du coronavirus survenue début 2020 est venue renforcer encore plus cette tendance. En effet, les difficultés éprouvées par les cinémas ont poussé les acteurs principaux de l'industrie à réévaluer leurs modèles de production et de diffusion. Ainsi, des géants comme la Warner et Disney, qui étaient déjà venus grossir les rangs des plateformes de streaming avec leurs propres solutions, ont décidé de faire sortir certains de leurs films en salle et sur leurs plateformes le même jour sans même demander leur permission aux réalisateurs. Pire, certains films ne seront même jamais diffusés dans les salles obscures. En ajoutant à cela la croissance exponentielle des plateformes de vidéo à la demande, comme Netflix qui est aujourd'hui présent dans 190 pays, il semblerait bien que la suprématie des cinémas n'existe plus. Ces derniers devront désormais se battre pour leur part du gâteau si toutefois il leur en reste vraiment une...

I. INTRODUCTION

DEPUIS la première projection publique en 1896, les salles de cinéma ont connu une évolution continue afin de ne pas se faire dépasser par de nouvelles avancées telles que la télévision, internet ou encore le streaming. La clé de cette survie réside en grande partie dans le caractère unique des services proposés. En effet, que ce soit en termes de technologies, grâce à des écrans de tailles démesurées et des systèmes sons de qualité professionnelle ou en termes de sociabilité en jouant le rôle de lieu de rencontre et de partage pour les cinéphiles, les salles ont toujours semblé être capables de résister à n'importe quel défi. De prime abord, le streaming n'était qu'un ennemi de plus, mais en quoi la situation actuelle diffère-t-elle de celles qui ont précédé ?

II. IMPACT DU CORONAVIRUS

Sachant que pour le prix de quatre tickets de cinéma il est possible d'avoir une année de contenu illimité à disposition il devient évident que les salles de cinéma font face à des concurrents forts. Suite aux restrictions et aux mesures de protection prises contre le coronavirus, les services proposés par les plateformes de streaming sont devenus les bouées de sauvetage du monde cinématographique. C'est dans ce contexte que Disney + se développe et accueille plus de 100 millions nouveaux abonnés. L'expérience en salle désormais interdite, les salles de cinéma ne peuvent plus compter sur leur modèle économique habituel pour payer leurs factures. Les employés se retrouvent au chômage technique et les cinémas ne cumulent plus que des charges. Certains cinémas locaux n'ont pas les ressources nécessaires pour fonctionner de cette manière et doivent fermer.

Les plateformes de streaming sont désormais les seules offres possibles sur le marché de la diffusion cinématographique. Une transition digitale a ainsi lieu. Les clients ne se rendent plus dans un lieu physique mais digital. C'est en août 2017 que Disney a annoncé vouloir mettre en place une plateforme de streaming. Le premier lancement s'effectue ainsi deux ans plus tard, soit le 12 novembre 2019 aux États-Unis. Depuis mars 2020, Disney + a effectué la majorité de ses lancements. Il est désormais possible de s'abonner au contenu de la plateforme dans de nombreux pays, tels que le Brésil, le Japon ou encore le Mexique. Le streaming était prévu par les grands distributeurs bien avant le coronavirus. Pourtant ce dernier donne aux plateformes de vidéo à la demande une opportunité d'expansion sans précédent. Il y a une forte demande de la part des consommateurs, mais plus aucune offre physique. Les cinémas étant fermés, le succès est assuré. Dans un tel contexte, les chiffres en nombre d'abonnés explosent. Les principales plateformes regroupent entre elles plus de 660 millions d'abonnés. Laissant derrière elles les salles de cinéma vides, les plateformes créent un nouveau marché digital.

La course pour attirer le consommateur ne fait pas exception dans ce secteur. En effet, il faut plus de quatre ans de visionnage non-stop pour visionner tous les contenus disponibles sur Netflix. L'utilisateur n'a pas à sa disposition autant de temps et doit faire des choix, c'est pourquoi la compétition entre les plateformes est coriace. Il faut présenter le bon film au bon moment. Personnalisés et créés par des algorithmes, les contenus proposés, les images et teasers varient selon l'utilisateur. C'est également la preuve que les grands concurrents de streaming ont les moyens de s'appuyer sur des technologies puissantes et actuelles pour faire évoluer leur business. Un client digital produit des données qui nourrissent les algorithmes utilisés par et pour les plateformes de streaming. Un patron de cinéma ne peut pas récolter d'informations sur ses clients, ni proposer 200 affiches différentes pour plaire et attirer. Habités désormais à voir du contenu personnalisé spécialement pour lui, le client post-covid saura-t-il apprécier l'affiche du prochain film ?

III. LE RÔLE DES GRANDS DISTRIBUTEURS

Les salles obscures ont toujours réussi à sortir du combat contre les nouveaux médias. De plus, le coronavirus est une crise qui s'atténuera vraisemblablement dans le temps. Tout porte à croire que ce n'est qu'une énième mauvaise passe pour elles. Si l'on y regarde de plus près cependant, les choses sont différentes aujourd'hui. Il ne s'agit pas d'attendre la fin de la crise sanitaire pour que les clients reviennent voir un film.

L'impossibilité de générer du revenu grâce aux salles obscures a été l'occasion pour les distributeurs et autres acteurs de l'industrie du cinéma de se rendre compte que c'était peut-être la fin de cette dernière, du moins telle qu'on la connaît. Ils ont été plusieurs à investir en masse dans les autres médias qu'ils possédaient. Warner Bros, dont on a tous déjà vu un film qu'ils ont distribué et même produit, a rejoint la guerre qui fait rage dans le milieu des plateformes de streaming. Cette société, qui est l'un des principaux engrenages de l'industrie du grand écran, s'allie avec la chaîne de télévision américaine HBO pour créer HBO Max. Non seulement ils déçoivent le monde du cinéma en cédant et en créant le plus grand ennemi des salles obscures, mais c'est également un énorme coup de massue qu'ils leur assènent en annonçant que leurs prochains films sortiront sur leur plateforme et en salle le même jour. Mais, est-ce si terrible ? Et bien, c'est un des points que nos compères des années précédentes ont relevé avec leur article "Le cinéma se meurt... ou pas !" [1]. Ils avaient conclu que les salles obscures avaient un avantage de poids avec la chronologie de sortie de nouveau contenu cinématographique. En effet, un film sortait dans les salles avant de paraître sur les plateformes de vidéos à la demande ou même avant les DVDs et Blu-ray. Pourtant, ici HBO Max s'apprête à annihiler ces droits, fragilisant énormément les salles. A quel point ce phénomène deviendrait-il une tendance chez les concurrents ? Les cinémas arriveront-ils à y faire face ?

De son côté, Disney a entamé une campagne d'expansion de Disney+ pour le moins agressive. Rappelons que la compagnie a beaucoup fait parler d'elle dans le courant de l'année 2020 pour avoir repoussé la sortie du remake de Mulan plusieurs fois avant d'en avoir totalement annulé la sortie en salle. C'était une terrible nouvelle pour tous les gérants de cinéma qui attendaient ce film à l'envergure d'un blockbuster pour ne pas se voir noyé par la diminution drastique de visiteurs due à la pandémie du Coronavirus. Le long métrage est paru sur la plateforme depuis. C'est aussi le cas des films d'animation suivants "Soul", "Raya et le dernier Dragon" et prochainement "Luca". Bob Chapek, le CEO de Disney, a annoncé en octobre 2020 que le studio ne se focalisera plus sur le cinéma mais sur le streaming. "*Nous sommes en train de faire pencher la balance du côté de la diffusion en continu. [...] Étant donné l'incroyable succès de Disney+ et de nos projets pour accélérer notre activité "direct to consumer", nous nous positionnons stratégiquement pour soutenir efficacement notre stratégie de croissance et augmenter la valeur de nos actions.*" [2] C'est une véritable restructuration qui prend forme chez Disney. Vous remarquerez qu'il ne parle pas de cinéma ni de spectateurs mais bien de streaming et de clients. A nouveau, n'est-ce pas seulement passager et lié à la crise du Coronavirus ? Le problème est bien que le secteur des salles de cinéma est en crise. Si l'on ne recense que peu de fermetures pour l'instant, c'est tout de même un gigantesque manque à gagner qui fragilise toute cette économie. Qui donc sera prêt à réinvestir dans le domaine ? Si même les principaux acteurs économiques comme les producteurs ne le font pas et que parallèlement les plateformes de streaming connaissent une fulgurante augmentation de leur nombre d'abonnés, il est vraisemblable que les investisseurs ne se bousculeront pas.

Et enfin comment vont réagir les autres studios si le plus grand acteur du cinéma agit comme cela ? L'avenir semble s'éloigner des places numérotées...

IV. CONCLUSION

Le coronavirus a clairement été un accélérateur pour le monde du digital. Néanmoins, cette montée époustouflante du streaming aurait bien pu arriver dans les années à venir. Depuis un peu plus d'une année, le streaming fait partie intégrante de notre quotidien et a créé un sentiment de satisfaction chez la plupart des consommateurs. Le nombre d'abonnés a énormément augmenté durant le coronavirus ce qui a permis aux plateformes d'avoir un coup d'avance.

Nous ne pouvons pas réellement savoir si on retrouvera le même intérêt pour les salles de cinéma quand elles rouvriront, mais le streaming est inscrit dans l'esprit de chacun d'entre nous et l'industrie est bel et bien en train de changer.

Contrairement à ce qui a été dit par nos compères en 2018, l'impact du streaming sur l'industrie du cinéma n'est plus des moindres. Les plateformes de streaming ont et vont redistribuer les cartes de cette industrie. Dotées de capitaux leur permettant de regarder droit dans les yeux les plus puissants studios hollywoodiens, ces plateformes représentent l'avenir et la diversité des films, qu'on le veuille ou non.

V. RÉFÉRENCES

[1]Article

https://blog.comem.ch/wp-content/uploads/2018/09/mediamorphoses_4616.pdf

[2]Article

<https://www.ecranlarge.com/films/news/1353838-disney-se-transforme-en-super-netflix-et-abandonne-les-cinemas-breaking-news>

Rapport

https://www.femis.fr/tfe2020/Distribution_Paquet.pdf

Article

<https://www.courrierinternational.com/revue-de-presse/etats-unis-salles-vs-streaming-pour-le-cinema-est-ce-le-debut-de-la-fin>

Article

<https://www.franceculture.fr/emissions/le-temps-du-debat/streaming-ou-salles-obscures-ou-est-lavenir-du-cinema>

Article

<https://gulfnnews.com/entertainment/tv/cinemas-vs-streaming-is-it-the-end-of-entertainment-as-we-know-it-1.76615452>

Article

<https://www.nytimes.com/2020/10/29/business/media/pandemic-small-movie-theaters.html>

Article

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/film-cinema/entrees-et-films-en-prive.html>

Vidéo

<https://www.youtube.com/watch?v=tZdybn0kS4k>