

Les médiathèques, quelle place dans l'économie des films ?

MARIANNE PALESSE

m.palesse@imagesenbibliotheques.fr

JEAN-YVES DE LÉPINAY

je.delepinay@imagesenbibliotheques.fr

Images en bibliothèques

Diplômée d'études cinématographiques et d'un DESS en diffusion des arts de l'image à l'université Lyon 2, Marianne Palesse est déléguée générale d'Images en bibliothèques, après avoir travaillé notamment à la bibliothèque municipale de Lyon et au bureau du cinéma de la Friche La Belle de Mai à Marseille.

Après des études musicales et de sciences économiques, puis à l'INTD (Institut national des techniques documentaires),

Jean-Yves de Lépinay entre comme acquéreur de films à la Vidéothèque de Paris (qui deviendra le Forum des images) en 1985 pour travailler à la constitution des collections de films. En 1996, il prend la direction des programmes du Forum, ainsi que la programmation et l'animation des salles de projection. Il est président de la PIAF (Professionnels de l'image et des archives de la francophonie, www.piafimages.org). Formateur, il est l'auteur d'articles dans des revues (Documentaliste-Sciences de l'Information, CinémAction, Bref, Urbanisme...) et des ouvrages collectifs (La ville au cinéma, Éd. Cahiers du cinéma, 2005; 100 films pour une cinémathèque idéale, Éd. Cahiers du cinéma, 2008; Paris vu par Hollywood, Éd. Skira-Flammarion, à paraître).

La dernière phrase du texte d'André Malraux publié dans la revue *Verve* en 1940, « Esquisse d'une psychologie du cinéma¹ », est restée célèbre : « *Par ailleurs, le cinéma est une industrie.* » C'est en effet la particularité de cet art que d'être né d'abord comme une industrie, et non précisément comme un art. De plus, il est d'abord « immatériel », bien avant la dématérialisation des supports. Le livre est d'abord un objet, le film est d'abord un flux qui s'écoule et s'évanouit. Ce qui explique que sa présence en bibliothèque – en médiathèque – ne va pas de soi, même lorsqu'il aura pris forme – lorsque le flux aura été fixé sur un support praticable – avec les cassettes U-matic et VHS, puis le DVD.

Ce caractère commercial – mais aussi populaire – implique aussi qu'il devra montrer patte blanche avant d'entrer dans les collections des bibliothèques – ce soupçon d'impureté, de facilité, le poursuivra longtemps, et lui imposera de devoir prouver sa qualité, son exigence. Lorsque, dans les dernières décennies, le cinéma et l'audiovisuel ont fait leur entrée dans les collections des bibliothèques publiques, les caractéristiques spécifiques de leur production, de leur commercialisation et de leur diffusion ont créé au moins cinq points de contact entre l'activité des bibliothèques et le secteur commercial.

L'édition vidéographique

Le premier point de contact apparaîtrait avec le développement de l'édition vidéographique, d'abord sur supports VHS, dans les années quatre-vingt en France. Au départ, la vente de films « d'auteur » n'atteint que des chiffres assez réduits. L'acquisition d'exemplaires par les médiathèques est perçue par certains éditeurs comme un débouché : ils voient dans ce réseau un nouveau terrain pour viabiliser un secteur de niche, si fragile dans le commerce. Les éditeurs vont s'y retrouver en suscitant un nouveau marché, et les centrales d'achat mises en place pour l'occasion vont peu à peu formaliser les échanges entre éditeurs et médiathèques.

Il est difficile d'avoir une vision précise du poids des médiathèques dans le marché de la vidéo aujourd'hui. Environ 1 400 bibliothèques en France disposent de films dans leurs rayonnages. On estime au total à 3,5 millions le nombre de DVD disponibles dans les bibliothèques, et à environ 18 millions d'euros le budget d'acquisition pour l'achat de DVD pour l'ensemble des médiathèques, hors les achats de droits par les catalogues publics de la Bibliothèque publique d'information (BPI) et du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)².

L'ensemble du marché de la vidéo est évalué à 119,6 millions de DVD vendus en 2011, ce qui représente un

1. Disponible en réédition : Nouveau Monde Éditions, 2003.

2. Selon une étude réalisée par Images en bibliothèques en 2011. Sauf indication contraire, l'ensemble des données chiffrées proviennent de cette étude.

montant de 1,26 million d'euros (DVD et Blu-ray)³. On peut donc estimer que l'activité des médiathèques pour la diffusion de vidéos représente 1,4 % du marché total de la vidéo, et que 2,9 % des films édités en DVD sont diffusés dans les médiathèques.

Pour avoir une vision plus fine de ce que représentent les médiathèques pour le marché de la vidéo, il faudrait pouvoir analyser leurs fonds plus en détail. Car, si l'on peut facilement supposer qu'elles jouent un rôle mineur pour la diffusion de films à forte valeur commerciale, leur rôle est sans doute important pour un marché plus fragile. Leur mission de donner accès à des collections pluralistes les conduit naturellement à soutenir un marché qualifié de niche, des œuvres à valeur culturelle et artistique importante mais à faible rendement économique.

Prêt ou location

Le second point de contact entre les médiathèques et le secteur marchand, c'est le prêt. Les premières années de l'édition vidéographique sont en effet celles d'un développement massif des «vidéoclubs», dont le modèle économique est celui de la location. Or, les centrales d'achat négocient un droit de prêt attaché au support pour les médiathèques similaire à celui des vidéoclubs, pour un usage restreint au cercle familial. Celui-ci va donc heurter de front les sociétés de location qui craignent une concurrence déloyale des médiathèques. Cette crainte va peu à peu s'apaiser, les prêts des médiathèques ne se substituant en fait pas aux locations des vidéoclubs. En effet, il apparaît rapidement que les médiathèques proposent un autre mode d'accès aux œuvres : on n'emprunte pas un film dans une médiathèque comme on va louer un film dans un vidéoclub. Ainsi, au-delà de la disponibilité des films sur le marché, se révèle l'importance des médiathèques pour donner à voir autrement que dans les espaces

marchands, en défendant le plaisir gratuit de la découverte.

De plus, les films qui constituent les collections des médiathèques vont naturellement se distinguer de l'offre des vidéoclubs. Non contraintes par la rentabilité nécessaire à «faire tourner la boutique», elles ont la possibilité de proposer des films moins populaires, peu connus. Par ailleurs, très vite, la spécificité de l'activité des médiathèques se fait comprendre auprès des centrales d'achat, et des droits de consultation sur place sont négociés avec les éditeurs. Les médiathèques sont des lieux où on peut découvrir des films sur place et participer à des animations en groupe. La plupart des bibliothèques ayant un fonds audiovisuel sont équipées pour proposer un visionnement individuel sur place, puisque 78 % d'entre elles disposent de postes informatiques avec lecteurs DVD et 74,6 % de téléviseurs avec lecteurs.

Une offre spécifique

Le troisième point, c'est l'édition spécifique de documents qui ne trouvent pas place sur le marché. L'économie du cinéma fait que seuls les films les plus viables économiquement peuvent prétendre à être édités en DVD. Ainsi, il reste un pan entier, et majeur, de la création accessible uniquement dans les cinémathèques, les archives privées ou publiques, ou même nulle part. Une grande partie de la production audiovisuelle se trouve ainsi condamnée à l'éphémère pour ce qui concerne sa vie publique.

Le documentaire est pleinement concerné par cette difficulté car, outre les rares films sortis en salle, la plus grande partie de la création dans ce domaine n'est pas éditée et reste donc proprement invisible. Après une diffusion dans les festivals, quelques rares passages à la télévision, peu d'espaces de visibilité permettent à ces films de connaître une diffusion pérenne. C'est avec cette conscience de l'importance de diversifier et singulariser les fonds de films des bibliothèques que la direction du Livre et de la Lecture du ministère de la Culture initie au début des années quatre-vingt le *Catalogue*

national de films documentaires pour les bibliothèques. Le catalogue acquiert les droits de films repérés en grande partie dans les festivals et édite les DVD spécifiquement pour les bibliothèques. Ce système, qui s'apparente à une subvention publique pour les fonds audiovisuels des bibliothèques, ne cesse, même trente ans plus tard, de convaincre par son intelligence. Grâce à lui, les médiathèques donnent à voir, largement et facilement, des œuvres rares et précieuses. Chaque année, la BPI, responsable de ce catalogue, acquiert, directement auprès des producteurs, les droits de films documentaires inédits en vidéo qui sont ensuite accessibles à tous. Le catalogue compte aujourd'hui environ 1500 films dont les droits sont disponibles pour dix ans pour les médiathèques⁴.

Un autre catalogue de films documentaires permet aux bibliothèques d'acquérir des œuvres rares, pour beaucoup non éditées, le catalogue *Images de la culture* du CNC⁵. Grâce à la complémentarité éditoriale de ces deux ressources, les médiathèques ont accès à différentes offres de films, leur permettant de constituer des collections pluralistes, dans tous les domaines, et de promouvoir une diversité de formes et de regards.

La particularité de cette économie créée par l'édition de documentaires pour les bibliothèques tient au fait qu'elle se développe à la fois de manière parallèle et complémentaire au secteur marchand : une autre ressource pour les producteurs pour montrer d'autres films que ceux visibles dans les vidéoclubs et les commerces.

La représentation publique

L'activité des bibliothèques pour la visibilité de leurs films a naturellement conduit à un développement des projections publiques : c'est le quatrième point de contact. La médiathèque n'est pas seulement un

3. Baromètre vidéo CNG-GFK « Le marché de la vidéo en 2011 ».

4. www.bpi.fr/fr/professionnels/collections_et_services2/films_documentaires.html

5. <http://prep-cncfr.seevia.com/idc/data/Cnc/index.htm>

lieu où l'on va emprunter des films, c'est aussi un lieu d'échanges. Car, si l'édition sur support vidéo permet de vulgariser et rendre accessibles les œuvres auprès de tous, elle participe aussi à un mouvement d'individualisation des pratiques, la découverte d'un film étant ainsi de moins en moins une expérience collective. Pour répondre à cela, les médiathèques organisent des projections sur place. Et pour ce faire, elles s'équipent de plus en plus d'auditoriums, pour certains proches des conditions de projection d'une salle de cinéma. En témoigne le constant développement du Mois du film documentaire, qui comptait 58 bibliothèques participantes en 2000, et 530 en 2011⁶.

La majorité des médiathèques ayant un fonds de films sont équipées pour organiser des projections publiques : 74 % disposent d'un vidéo-projecteur et 54,4 % disposent d'une salle de projection ou d'un auditorium. Elles organisent principalement leurs projections sur support DVD. Seulement 2,6 % sont équipées de lecteurs Béta.

Les bibliothèques passent par différents circuits pour louer des films afin d'organiser des projections publiques. Elles peuvent par exemple négocier directement auprès du producteur ou du distributeur. Les centrales d'achat peuvent aussi négocier ces droits pour elles auprès des producteurs. L'Adav⁷, l'une de ces centrales, a développé une filiale, AdavEurope⁸, qui propose des tarifs de projection pour les médiathèques. Enfin, les catalogues publics de la BPI et du CNC, Catalogue national et Images de la Culture, acquièrent ces droits pour le réseau. Les bibliothèques ont donc accès auprès d'eux à des DVD qu'elles peuvent projeter librement.

79 % des bibliothèques disposant d'un fonds de films organisent des projections, de manière plus ou moins régulière : 26,4 % en organisent plusieurs fois par trimestre, 28 % une fois par trimestre, 24,6 % une fois par an, et 21 % n'en organisent jamais.

Ce développement n'est pas sans susciter débat du côté des exploitants de salles de cinéma. Cette fois encore, une partie de la profession craint une concurrence déloyale de la part des médiathèques. Les salles de cinéma sont en effet contraintes à une rentabilité commerciale. Celles qui mènent une politique culturelle pointue prennent de véritables risques à programmer des films fragiles, alors qu'elles sont par ailleurs forcées de répondre à une concurrence parfois virulente de la part des grands multiplexes.

Pour tenter d'harmoniser les pratiques de diffusion du secteur non commercial, dont font partie les médiathèques mais aussi de nombreuses associations, musées, etc., le CNC détermine une chronologie des médias. Ainsi, un film à l'affiche ne peut pas être montré en dehors des salles de

cinéma dans un délai d'un an à partir de la date de délivrance du visa d'exploitation en salle. Notons que, si cette chronologie des médias permet sans aucun doute de privilégier le meilleur parcours de diffusion des films largement programmés sur les écrans, elle peut en revanche être parfois un frein pour la visibilité de films qui, programmés dans peu de salles, ne seront pas relayés dans certains territoires par des lieux publics. Dans ces endroits peu équipés en salles, les médiathèques pourraient être en mesure d'assurer l'accès à ces œuvres auprès des publics plus éloignés, tout en garantissant une remontée de recettes aux ayants droit. De même, pour certains types de films, par exemple des films documentaires, il est probable que la possibilité de prévoir la vente du DVD après les séances, souvent accompagnées par le réalisateur ou un intervenant, offrirait un nouveau modèle économique.

Toutefois, si, dans quelques cas, on peut regretter le manque de souplesse de cette chronologie, il faut réaffirmer que la diffusion en salle de cinéma reste indispensable pour la vie des films. Outre les évidentes différences de conditions de diffusion entre certaines médiathèques et les salles de cinéma voisines, l'exploitation en salle est essentielle car elle participe à l'alimentation du budget du CNC, qui soutient notamment l'équipement des salles et la diffusion sur l'ensemble du territoire, met en œuvre les politiques patrimoniales, et attribue les aides à la réalisation de films, en particulier les films dits d'auteur ou de création. Une taxe spécifique, la TSA (taxe spéciale additionnelle), comprise entre 10 et 12 % du prix du billet, est prélevée sur chaque place de cinéma, et permet ainsi de financer la création cinématographique⁹. On peut d'ailleurs se réjouir de l'ironie de ce système, qui conduit à ce que quelques grandes productions, qui comptabilisent la majorité des entrées en salles, participent au financement de la création de films d'auteur.

L'association Images en bibliothèques

Images en bibliothèques est une association nationale de coopération autour de la diffusion cinématographique et audiovisuelle dans les bibliothèques. Elle œuvre pour la valorisation des collections de films et l'accompagnement des professionnels en charge de ces fonds. L'association compte 538 adhérents dans toute la France, principalement des bibliothèques publiques. Elle propose des services à ses adhérents (liste de discussion, espace adhérents avec ressources en ligne) ; elle met en place une trentaine de stages par an et est le premier organisme de formation sur le cinéma et l'audiovisuel des bibliothécaires.

L'association gère également une commission de sélection de films documentaires afin de repérer dans la production récente des documentaires et les rendre accessibles aux bibliothèques.

Enfin, Images en bibliothèques organise chaque année le Mois du film documentaire, qui rassemble plus de 1 400 structures en France et à l'international, dont 530 médiathèques, 256 salles de cinéma, des structures culturelles, éducatives et sociales diverses (chiffres 2011).

Informations : www.imagesenbibliotheques.fr

6. www.moisdudoc.com

7. www.adav-assoc.com

8. www.adaveurope.com

9. Code du cinéma et de l'image animée disponible sur le site du CNC : www.cnc.fr

Partenariats

La complexité et la diversité des parcours de diffusion des films font que, de plus en plus, des partenariats se tissent localement entre médiathèques et salles de cinéma. Environ 79 % des bibliothèques travaillent en partenariat avec différentes structures pour la mise en place d'animations autour des films, 44,7 % avec des salles de cinéma. Dans de nombreux cas, les médiathèques proposent à la salle voisine de diffuser le film repéré et mutualisent les moyens afin que ces projections soient viables. Le Mois du film documentaire, manifestation nationale mise en place chaque année en novembre par Images en bibliothèques, est un moment fort de ces collaborations. « *Mon film La pluie est le beau temps est sorti pendant la manifestation* » déclare ainsi Ariane Doublet. « *De ce fait, certaines médiathèques qui voulaient programmer le film ont passé des accords avec les salles. Le public était présent en nombre pour toutes les projections, les débats intéressants et les spectateurs très participatifs*¹⁰. »

Une autre particularité des bibliothèques est qu'elles sont implantées sur des territoires très différents, très inégaux en termes d'équipements culturels. Elles constituent ainsi un réseau d'accès aux films auprès de tous les publics, ceux des grandes et petites villes mais aussi des territoires très ruraux, notamment grâce à l'action des bibliothèques départementales. 16,7 % des bibliothèques proposant des films n'ont pas de salle de cinéma dans leur commune. Ces quelque 200 médiathèques jouent un rôle essentiel pour l'accès aux œuvres auprès des publics de ces territoires.

Penser que les médiathèques peuvent être concurrentielles des salles de cinéma, c'est en partie imaginer qu'elles sont des salles au rabais. Or, l'activité des médiathèques ne peut pas être analysée si simplement. Outre le fait qu'elles ne projettent pas les films à l'affiche dans la salle voisine, les projections publiques qu'elles organisent s'inscrivent majoritairement dans une

action plus large : programmation thématique autour d'un sujet de société, politique, philosophique, artistique, focus sur un auteur, activité menée avec des associations en direction de publics (éducation à l'image avec des scolaires ou hors temps scolaire, publics éloignés, etc.). C'est pourquoi beaucoup de ces projections sont accompagnées de rencontres avec les réalisateurs ou des intervenants. 77 % des bibliothèques ayant un fonds de films organisent des projections accompagnées de rencontres.

Cette activité de projections publiques participe également à l'économie des films. Alors que les droits de prêt et de consultation sur place sont attachés au support, acquis à l'achat du DVD auprès du fournisseur, et sont négociés et reversés auprès des éditeurs de DVD, les projections publiques relèvent d'un acquittement de droits auprès des producteurs et sont payées à l'acte, projection par projection. Les tarifs pratiqués sont à déterminer avec le producteur et varient en fonction du film, de sa durée, de

10. Dans le catalogue bilan du Mois du film documentaire 2011.

sa vie commerciale, etc. En moyenne, on compte 150 euros pour la location d'un film pour une projection non commerciale, parfois moins, parfois plus. Les diffusions que proposent les médiathèques peuvent donc être un appui économique pour certains films à faible valeur commerciale, et peuvent donner lieu à un deuxième marché, succédant à celui des salles de cinéma. 67 % des bibliothèques proposant des films disposent d'un budget spécifique destiné à organiser des projections publiques. Ces budgets varient fortement ; on estime à environ 2 millions d'euros par an les dépenses des bibliothèques de tout le territoire pour l'organisation de projections publiques.

La vidéo à la demande

Enfin, le cinquième point d'accroche, qui interroge la profession depuis quelques années, est celui de la VàD (vidéo à la demande ; en anglais, VOD, video on demand).

Le développement des technologies numériques modifie l'ensemble du paysage de la diffusion cinématographique et audiovisuelle. La dématérialisation des œuvres, la disparition progressive des supports, le développement de l'accès à distance et d'une intense circulation des images sur les réseaux viennent donc bousculer les professions, et une nouvelle économie se met en place.

Les bibliothèques ont constitué leurs collections à partir de supports physiques vidéo, et largement, surtout pour le cinéma de fiction, en relation avec le marché de l'édition VHS puis DVD. Elles ont cependant construit un marché spécifique, avec des fournisseurs spécialisés, qui leur ont permis de maîtriser leurs collections en toute indépendance. Aujourd'hui, elles sont confrontées aux opérateurs de la VàD. Les acteurs de ce secteur économique encore en construction sont multiples (éditeurs, fournisseurs internet, chaînes de télévision, etc.) et proposent des services et contenus très divers. Certains d'entre eux ont mis en place des offres spécifiquement destinées aux bibliothèques publiques – par exemple La Média-

thèque numérique, qui propose les films d'ArteVod et d'UniversCiné¹¹. Ces fournisseurs voient en effet dans les médiathèques un nouveau marché potentiel. Car, si la VàD est un avenir pour la diffusion des films, c'est aussi un secteur qui a encore des difficultés à se développer.

Pour les médiathèques, ces offres – qui proposent des contenus à forte valeur culturelle – sont un moyen de proposer des services nouveaux. Mais elles leur imposent de dialoguer avec une diversité de partenaires, institutionnels et commerciaux, afin d'analyser les offres et de choisir parmi les propositions les plus adaptées à leurs établissements. Or, le manque de visibilité et d'outils d'analyse sur ce secteur peut parfois désespérer les bibliothécaires. Parvenir à dialoguer de façon équilibrée avec les acteurs de ce nouveau marché est un enjeu particulièrement important, pour ne pas se laisser imposer des règles et des usages qui interdiraient aux bibliothèques d'exercer leur mission de service public de façon correcte. En particulier, les médiathèques publiques doivent impérativement éviter de devenir le simple relais de catalogues extérieurs : l'enjeu de ces prochaines années est de les voir se doter de moyens et d'outils qui leur permettent de rester maîtresses de leur offre culturelle.

Libérée de la gestion du support, la VàD permet un accès facile aux films. La question du rôle des lieux de culture se pose, tant pour l'accès à distance que pour l'action auprès des publics dans leurs propres espaces. Au-delà des services de VàD, d'autres actions peuvent être imaginées par les bibliothèques afin qu'elles ne se limitent pas à être un relais de plateformes commerciales. Ainsi, de nombreux autres fonds méritent d'être repérés et valorisés par les bibliothécaires auprès de leurs publics. Car, si l'on peut voir beaucoup de films en ligne, internet est le lieu de la popularité : les films les plus vus sont accessibles, et ceux qui sont peu visionnés ou téléchargés sont rapidement retirés des plateformes. Il semble qu'il n'existe pas de «longue traîne» – les

films fragiles ne cumulant pas, s'ils restent en ligne sur une longue période, de visionnages ou de téléchargements. C'est pourquoi il est assez difficile de proposer une offre «de niche» en VàD. Les médiathèques pourraient être le lieu où sont accessibles des films exclus du secteur marchand de la VàD, visibles autrement, grâce au travail d'accompagnement et d'animation que mènent les bibliothécaires avec leurs publics.

Cette fois-ci encore, les médiathèques sont perçues comme un nouveau marché par les plateformes commerciales. Et le chaos de l'accès en ligne impose que soient développées des offres légales de qualité, accessibles à tous. Les médiathèques n'auraient-elles pas un rôle à jouer sur ce plan, en proposant une alternative aux modèles existants ? ●

Mai 2012

11. <http://mediatheque-numerique.com>