

Et si le cinéma en salles disparaissait aux États-Unis ?

4 minutes à lire

Alexis Buisson

Télérama publié le 03/12/20



Once Upon A Time... In Hollywood, de Quentin Tarantino (avec Leonardo DiCaprio). Film-événement de 2019 qui, aujourd'hui, quitterait très vite le chemin des salles.

Andrew Cooper - 2019 CTMG, Inc. All Rights Reserved.

En dehors des blockbusters, les films pourront être diffusés en ligne ou en DVD dès leur troisième semaine, contre trois mois actuellement. L'accord signé par Universal avec deux des plus grands circuits de salles bouleverse l'économie de la distribution des films aux États-Unis. Préfiguration d'un avenir où les salles de cinéma perdront petit à petit leur place ?

La petite révolution dans les salles obscures se poursuit aux États-Unis. Après AMC, Universal vient de conclure un accord avec la [chaîne de cinémas Cinemark](#). La majeure partie des films du studio vont, à l'avenir, passer rapidement de la salle à la plateforme de vidéo à la demande premium (PVoD). En filigrane se dessine un

modèle où les salles de cinéma perdent peu à peu de leur importance dans l'écosystème du septième art. Jusqu'où pourrait aller cette évolution ? Éléments de réponse.

En quoi consiste cet accord ?

Le magazine *Variety*, [qui l'a révélé](#), explique que les films produits par Universal pourront être proposés au bout de dix-sept jours à la location sur les plateformes de vidéo à la demande premium (PVoD). Une véritable révolution puisque l'usage voulait qu'un délai de quatre-vingt-dix jours s'écoule entre la première projection d'un film en salles et sa sortie sur un quelconque support numérique (DVD ou vidéo à la demande). Une réglementation déjà bien moins longue qu'en France où la chronologie des médias impose un délai de six mois avant qu'un film soit accessible en VOD et huit mois pour qu'il ne soit diffusé sur Canal+. Cet accord concerne tous les films qui génèrent moins de 50 millions de dollars de recettes le week-end de leur sortie. Autant dire, l'essentiel de la production. Les autres – blockbusters ou coups de cœur du public, souvent les mêmes – resteraient en salles pour une durée de trente et un jours, soit cinq week-ends, avant de pouvoir être mis en location.

Sur le papier, cet accord n'est censé faire que des gagnants. Il permet à Universal de donner rapidement une deuxième chance à des films qui ne rencontrent pas suffisamment leur public en salles dans un contexte de baisse de fréquentation due à l'épidémie de Covid et aux restrictions qu'elle impose. De l'autre, les salles bénéficieraient du partage de recettes prévu par l'accord avec le studio sur les locations de films en PVoD, tout en conservant sur grand écran les productions les plus lucratives. Problème, les clauses de l'accord étant confidentielles, impossible de savoir si ce partage sera aussi équitable qu'il est présenté.

Comment en est-on arrivé là ?

Cet accord entre Universal et Cinemark, troisième circuit de salles aux États-Unis, en prolonge un premier signé en juillet dernier entre Universal et [AMC](#), le leader du secteur qui compte plus de huit mille écrans. À l'époque, ce *deal* avait déjà été perçu comme une preuve de la position de faiblesse des salles minées par le Covid-19 et affaiblies par la multiplication des plateformes de streaming. Pourtant, au printemps dernier, c'était bien AMC qui avait menacé Universal de ne plus projeter aucun de ses films aux États-Unis, en Europe et au Moyen-Orient, après l'annonce par le pdg de NBCUniversal, Jeff Shell, de vouloir sortir ses films simultanément sur PVoD et en salles. Une véritable révolution qui aurait marqué la fin de la *theatrical window*, la

période où un film n'est visible exclusivement que dans les cinémas. Mais la crise est passée par là. Confronté à une chute vertigineuse de ses recettes au second trimestre de 2020 (- 99 % par rapport à 2019), AMC a été obligé de se rendre à la table des négociations et d'accepter un accord inimaginable il n'y a encore pas si longtemps.

Vers la fin du cinéma en salles ?

Trop rigide et coûteuse à leurs yeux : les grands studios critiquent depuis longtemps l'exclusivité de quatre-vingt-dix jours dont bénéficient les salles à la sortie des films. La pandémie de Covid a permis à Universal d'y mettre fin. D'autres studios, comme Warner Bros et Paramount, pourraient être tentés de suivre le mouvement. Universal a d'ailleurs déjà profité de la pandémie pour sortir un film directement en vidéo à la demande. C'était en avril dernier, quand le studio californien a proposé en location *Les Trolls 2 : tournée mondiale*, sans attendre la réouverture des salles obscures, fermées pour cause de Covid-19. Pari gagnant : le film a généré 100 millions de dollars en locations pendant ses trois premières semaines de disponibilité en Amérique du Nord, démontrant au passage la viabilité d'un tel modèle.



Les Trolls 2, un succès réalisé uniquement en ligne, pendant le confinement.
2020 DreamWorks Animation LLC. All Rights Reserved.

Les cinémas ont d'autant plus de souci à se faire qu'aucun des grands studios américains, à part Disney, ne s'est engagé à maintenir à l'avenir de fenêtre d'exclusivité pour les salles. À terme, les cinémas ne pourraient diffuser que des blockbusters. Et encore... Les films qui génèrent plus de 50 millions de recettes le premier week-end (et qui resteraient donc en salles dans les circuits AMC et Cinemark) sont rares. En 2019, seuls seize d'entre eux avaient franchi cette barre et

treize autres (dont *1917* et *Once Upon A Time... In Hollywood*) avaient réalisé plus de 100 millions de dollars de recettes au total, mais sans atteindre la barre fatidique des 50 millions le week-end de leur sortie.

L'avenir dira si les grandes chaînes de salles de cinéma réussiront à préserver leur place sur le marché américain grâce à ce type d'accord. Pour les petits cinémas indépendants qui disposent d'un pouvoir de négociation bien moins important, l'avenir à court terme est autrement plus incertain.