

16-17
MAI 2009
POINT ÉPHÉMÈRE

CINEMAS HORS CIRCUITS

SALON DU DVD ET DES ÉDITEURS INDÉPENDANTS DE CINÉMA

Compte-rendu discussion du 17 mai 2009 : Les indépendants et le vidéoclub.

Pourquoi les vidéoclubs ont-ils mauvaise réputation? Pourquoi n'y trouve-t-on pas une offre plus large de films? Histoire et perspectives de ce lieu privilégié de découverte, qui après la fermeture massive des chaînes se réinvente.

Avec : Michel Blossier (Vidéoclubs info), Christophe Petit (vidéoclub de la Butte), Emmanuel Vigne (Vidéodrome), Kévin Cancedda (Épicentre films), Jean-Sébastien Règue (Midi minuit), Stéphanie Heuze (Hors-circuits)

Stéphanie Heuze : Bienvenue à cette première discussion qui nous tient particulièrement à cœur, d'une part parce que Hors-circuits que je représente ici et qui est co-organisateur de ce salon est un vidéoclub indépendant, d'autre part parce que c'est l'occasion pour nous tous de profiter de Michel Blossier, rédacteur en chef de Vidéoclubs infos, le journal professionnel des vidéoclubs. A mes côtés, Emmanuel Vigne qui a créé à Marseille il y a 8 ans maintenant Vidéodrome qui a d'emblée développé une activité centrée sur les éditions indépendantes (non parce qu'elles étaient indépendantes mais parce que c'est là que se trouvaient les films qui l'intéressaient). Avec nous également, Jean-Sébastien Règue du Midi minuit du quai de Valmy, qui a repris il y a 2 ans un vidéoclub traditionnel offrant aujourd'hui des films d'auteurs ; il ne propose pas encore d'indépendants mais souhaiterait pouvoir le faire. Christophe Petit du vidéoclub de la Butte qui existe depuis 30 ans, ne propose pas d'indépendants mais ne s'y oppose pas et jouera si vous le voulez bien le rôle du vidéoclub traditionnel. Kévin Cancedda est responsable des éditions vidéo chez Épicentre films.

Michel, nous avons choisi aujourd'hui de nous adresser au public pour expliquer notre métier qui, il faut bien le dire, n'a pas très bonne réputation. Notre objectif ici c'est d'exposer le fonctionnement du vidéoclub et de comprendre pourquoi on y trouve pas (ou si peu) les films présents sur le salon. Mais les choses changent! Commençons par le commencement : cette réputation qui, selon moi, trouve son origine dans l'histoire des vidéoclubs et peut-être même dans l'histoire du support, à l'époque de la VHS.

Michel Blossier : Dans les années 1980, alors que trois formats vidéo voient le jour et s'obstinent un temps à essayer de faire disparaître les autres, la seule façon de voir des films à la maison pour les quelques chanceux qui disposent d'un magnétoscope est de les louer, tant les bandes enregistrées sont chères. L'économie de ce marché est totalement à inventer, et beaucoup de gens, n'ayant que peu trait au cinéma, vont s'y engouffrer. Dès le départ, les éditeurs vidéo, généralement de simples branches des plus importantes majors, vont laisser la main à des acteurs plus ou moins consciencieux. Plus jamais, ces maisons d'édition ne reprendront réellement le pouvoir. Comme la clientèle est captive et qu'elle se contente encore de peu, on en profite pour lui donner des produits de mauvaise qualité, beaucoup de films tournés uniquement pour fabriquer des cassette VHS. L'industrie qui met le plus d'argent et de qualité dans les produits vidéo est celle du film pour adultes, frappée dès 1974 par les lois sur la pornographie au cinéma et donc à la recherche de nouveaux débouchés. Certains vont s'apercevoir qu'il y a encore plus d'argent à faire. Ils vont créer un modèle particulier, avec des chaînes de magasins (la plus emblématique sera Vidéo Futur) : à la base, il s'agit en fait de mettre en place un très petit nombre de films, des blockbusters et en grande quantité. Ce système impose une offre formatée, qui exclut beaucoup de titres. Le système engendré par la mainmise des grossistes fait venir un nombre très important de purs investisseurs, attirés par l'argent facile que cela représente, notamment grâce à l'expansion des automates. Ces gens-là n'ont souvent aucune idée de ce qu'est le cinéma.

Dès lors, la clientèle des vidéoclubs sera durablement caricaturale dans l'opinion publique : les aficionados du kung-fu et les obsédés sexuels. Malgré l'émergence au fur et à mesure de sorties vidéo suivant quasiment toujours une sortie cinéma et par là même l'arrivée progressive de films de qualité, les vidéoclubs, à de trop rares exceptions près, garderont une image bas de gamme.

Pourtant, il faut reconnaître que le marché sera longtemps florissant, malgré ce manque d'ambition : la chaîne Vidéo Futur va imposer son image dans la vision que le public a d'un vidéoclub : du blockbuster, rien que du blockbuster. Du fait de droits locatifs assez élevés (de 40 à 70 € pour un DVD, jusqu'à 1 500 francs pour une VHS il y a 15 ans), les exploitants vont s'axer sur les achats les plus faciles à rentabiliser. Mais bien souvent, une fois les quelques « incontournables du mois » acquis, il n'y a plus assez de budget pour les films de « catalogue » ou pour des titres plus difficiles à rentabiliser.

Emmanuel Vigne : Mais moi je suis un enfant du vidéoclub des années 80, c'est là que j'ai vu les Fulci, Argento, Romero...

Christophe Petit : Effectivement, dans les années 80 en VHS, il y avait déjà tous les Cassavetes, Bergman, Bresson et autres.

Emmanuel Vigne: Il y avait une vraie culture dans le vidéoclub mais beaucoup moins de films étrangers autres que la série B comme on peut les voir en salles.

Stéphanie Heuze : C'est peut-être le moment de dire que l'offre en DVD par rapport à la VHS est beaucoup plus pauvre : nous avons une moins grande variété de films en DVD qu'en VHS.

Christophe Petit: Je pense que la raison principale c'est l'avènement de la chaîne Vidéo Futur qui pourrait être considérée comme une centrale d'achat. À elle toute seule, elle gérait 70 % de la location en France. Un éditeur qui voulait être représenté dans un vidéoclub devait faire appel à la centrale d'achat qu'était GDS et qui lui demandait des sommes démentielles. À l'époque de la VHS l'éditeur se déplaçait dans le vidéoclub. On m'a raconté ainsi que René Château Vidéo se rendait une fois par mois dans les vidéoclubs pour présenter ses dernières nouveautés. Lorsque j'ai voulu ses films en DVD j'ai contacté TF1 Vidéo qui distribue René Château. Mais on m'a répondu : « la location c'est quoi ? lorsqu'on est cinéophile, Monsieur, on ne loue pas les films, on les achète. » Je lui ai répondu : « excusez-moi Madame, depuis l'âge de 14 ans je regarde au moins un film par jour, et je n'ai pas les moyens de tous les acheter ; je vais au cinéma, soit, mais ma culture c'est le vidéoclub qui l'a faite. » Il y a effectivement eu un grand ménage au moment du passage au DVD : de nombreux éditeurs ont alors disparu des vidéoclubs.

Emmanuel Vigne: Pour eux, grosso modo, il faut être riche et cinéophile...

Stéphanie Heuze : De nombreux éditeurs DVD, comme Gaumont ou Carlotta, ne mettent pas de droits locatifs : ils veulent que ces films soient achetés. Et comme par hasard il s'agit de DVD chers...

Emmanuel Vigne: Et pourtant, ils ont tort. Ainsi chez Vidéodrome, la location n'est pas antinomique par rapport à la vente. Cela peut être le cas si le film est mauvais. Mais les films de Watkins par exemple, édités chez Doriane - Watkins que le public ne connaissait pas à Marseille- que l'on a commencé à louer ont ensuite fait exploser les ventes.

Christophe Petit : Absolument. Il y a des gens qui vont découvrir un film à la location et, si celui-ci leur plaît, vont ensuite l'acheter pour l'offrir à un ami.

Stéphanie Heuze : Jean-Sébastien Règue, tu as repris le Midi minuit il y a deux ans. Qu'est-ce qui t'a poussé à faire cela au moment où les vidéoclubs étaient en crise ?

Jean-Sébastien Règue : Parce qu'il y avait déjà un fond de catalogue : l'ancien gérant avait la volonté de proposer autre chose que les blockbusters, en achetant les classiques américains. Je sentais que les clients en étaient demandeurs. J'avais envie de revenir aux racines du vidéoclub, c'est-à-dire développer le service avec des conseils, des sélections du mois, etc. Choses qui ne sont pas possibles en téléchargement ou à travers la VOD. Beaucoup d'éditeurs comme Arte ou MK2 se sont engouffrés dans la VOD et cela n'a pas marché parce que les clients susceptibles d'être intéressés ne sont pas familiarisés avec ces nouvelles technologies et ceux qui le sont pratiquent le téléchargement illégal. Dans notre quartier, le public est diversifié et demandeur. Avec un film comme *Mesrine* par exemple, je sais qu'il fera un carton car les cinéphiles et les jeunes du quartier voudront le voir.

Michel Blossier : Pour faire revenir le film indépendant dans les vidéoclubs, que peut-on faire ? Ce serait intéressant de poser la question à Kevin car il y a cette idée qui court, que l'on vient d'évoquer, selon laquelle la location tue la vente. Les éditeurs indépendants ont du mal à avoir une tribune à l'heure où la FNAC réduit drastiquement ses rayons. Les vidéoclubs joueraient-ils pour vous ce rôle incontournable de tribune ?

Kevin Cancedda : Moi je crois vraiment que louer un film incite à l'acheter, de même pour le téléchargement. Mais dans notre société nous sommes partagés car notre économie est fragile. Nous sommes distributeurs de films en salles et nous faisons également l'édition vidéo. Nous n'avons pas les droits locatifs sur nos DVD, sans doute à cause de cette mauvaise perception du vidéoclub à la Vidéo Futur. Nous avons commencé l'édition de DVD à une époque où n'existaient pas encore de vidéoclubs cinéphiles. Nous n'avons pas de budget communication : le moyen pour nous de faire vivre le film, c'est le bouche à oreilles. Ce pourrait être aussi le conseil d'un vidéoclub.

Christophe Petit : Plus qu'un vendeur de la Fnac en tous cas, bien que je ne leur jette pas la pierre car dans certains vidéoclubs ils ne connaissaient même pas Steven Spielberg.

Stéphanie Heuze : Je confirme : je me souviens avoir commandé chez un grossiste *Crash*, alors vous vous pensez à Cronenberg... mais on m'a livré un Van Damme.

Kevin Cancedda : A l'évidence, le conseil avisé est nécessaire pour accompagner des films d'auteurs comme les nôtres.

Michel Blossier : Tout à fait, là on touche vraiment une chose importante. C'est-à-dire que pour mettre en avant certains films, il faut les expliquer, les aider. Le problème actuellement c'est qu'il y a une certaine ignorance mutuelle entre éditeurs indépendants et vidéoclubs, alors qu'ils auraient tout à gagner à travailler ensemble.

Christophe Petit : D'autant plus que pour les éditeurs il y a un jeu à jouer. Ce sont des films qui vont parfois ensuite se retrouver en vente chez des soldeurs à 4-5 euros alors qu'à la base ils ont été achetés par les vidéoclubs en frais locatifs à 50 euros. Lorsque j'ai acheté le catalogue MGM, il y avait 600 titres à 40 euros le titre, ce qui constituait tout de même une belle commande, alors que quand il livre la Fnac, il le vend 5 euros pièce...

Kevin Cancedda : Financièrement parlant cela peut être intéressant pour une structure comme la nôtre dans la mesure où des gérants de vidéoclubs seraient intéressés pour faire ce type de travail. C'est vrai que c'est aussi une gestion supplémentaire pour une petite structure comme la notre : gérer du locatif pour seulement quelques vidéoclubs, cela représenterait trop de travail. Nous préférons nous concentrer sur d'autres aspects.

Michel Blossier : Et sur l'idée de développer la location et la vente en même temps dans des magasins de proximité, est-ce quelque chose qui peut vous intéresser ?

Kevin Cancedda : C'est une très bonne idée car cela rassurerait les petits éditeurs.

Public : J'ai un vidéoclub que j'ai racheté il y a deux ans, La Onzième heure, et je confirme que la location ne se fait pas au détriment de la vente. Ainsi, *Primer*, film édité par ED Distribution est un carton à la location comme à la vente. Je pense que la location donne une vitrine supplémentaire à un titre.

Michel Blossier : Est-ce que vous vous sentez soutenu, aidé par les éditeurs ?

Public : Tout à fait. J'ai contacté chacun et c'est vrai par contre qu'avec Wild Side, TF1 Vidéo ou Carlotta je n'ai pas eu de réponse. C'est vraiment dommage qu'ils ne souhaitent pas faire de la location car certains de leurs titres gagneraient à être connus par ce biais. La location est un lieu d'échanges culturels très important et en retour pour les éditeurs un marché économique conséquent.

Christophe Petit : C'est vrai que pour Wild Side j'ai eu la surprise de n'avoir du locatif que pour des fonds de catalogue de films asiatiques : les films à la vente étaient sous-titrés alors que les locatifs étaient uniquement en version française ! On voit l'idée qu'ils se font du public de vidéoclub ! Il y a du dépoussiérage à faire... A croire qu'ils ne se sont jamais rendus dans un vidéoclub : pour moi une culture cinéphile passe forcément par le vidéoclub.

Emmanuel Vigne : Oui, mais c'est vrai aussi que depuis le milieu des années 1980 et jusqu'à récemment, on a pu voir de nombreuses initiatives visant à remettre de la cinéphilie dans les vidéoclubs malgré les mainmises. À Marseille il y a eu par exemple un gros boom des vidéoclubs dans les années 1980 à travers des initiatives de personnes qui n'avaient rien à voir avec la cinéphilie et le cinéma. A Marseille, ils étaient liés à la Mafia par exemple. Il s'agissait seulement pour eux d'exploiter des marchés fructueux. La mauvaise réputation des vidéoclubs prend ici son origine et c'est l'image qu'il faut casser.

Michel Blossier : C'est une image ringarde, d'ailleurs mon magazine s'appelle Vidéoclubs info, c'est dire à quel point je suis concerné par cette histoire. Le terme vidéoclub est donc en tant que tel ringard et il faudrait trouver un autre mot.

Public : Ou lui redonner ses lettres de noblesse...

Christophe Petit : Moi j'ai beaucoup de clients qui viennent me voir en disant qu'ils viennent dans une « médiathèque ». Mais à la différence d'une médiathèque je ne reçois pas de subventions de l'État et nous ne travaillons pas du tout comme elle.

Public : Je suis italien, je m'appelle Adriano Aprà et je vais organiser un festival du DVD d'auteur. À Rome où je vis, il n'existe pas de vidéoclubs, c'est-à-dire un magasin où l'on trouve les films qui ne se trouvent pas en grandes surfaces. En conséquence, pour acheter quelque chose de rare, je dois aller sur Internet.

Michel Blossier : En Italie, c'est vrai, il y a eu quelques vidéoclubs bien achalandés. Mais depuis le milieu des années 90, la multiplication des vidéoclubs automatiques soutenus par des grossistes ont fait disparaître les autres vidéoclubs. L'accès au cinéma d'auteur est donc assez compliqué en Italie. Si Internet donne accès à certains titres rares, il ne donne pas de conseils, à la différence des magasins de proximité. Le fait de connaître ses clients

permet à l'exploitant d'un vidéoclub de faire des propositions personnalisées de films et découvrir des œuvres qu'ils n'auraient jamais connues autrement.

Stéphanie Heuze : Je crois qu'on est plusieurs à le pratiquer ici : mettre dans la main d'une personne dont on connaît un peu les goûts un film en lui disant « si le film ne vous plaît pas, je vous le rembourse ». C'est de cette manière que certaines ont progressivement découvert, par exemple, le cinéma expérimental.

Emmanuel Vigne : En venant choisir un film de Woody Allen, ils arrivent vers des choses de plus en plus pointues. Mon métier c'est de trouver des ponts : je joue le rôle de passeur.

Kevin Cancedda : C'est vrai que les bornes automatiques et Internet ne laissent aucune place à la découverte : on y arrive pour prendre un film précis et il est impossible de découvrir quelque chose d'autre. On prend dans ce cas difficilement le risque de prendre un film dont on n'a pas du tout entendu parler. Le rôle des vidéoclubs est donc très important.

Christophe Petit : On a essayé de garder les Hitchcock, les films d'auteur, les classiques de mon prédécesseur mais je n'ai pas gardé les Van Damme et autres du même gabarit.

Stéphanie Heuze : Je ne suis pas d'accord, moi j'adore Van Damme. Pour moi, il n'y a pas de mauvais films mais un public approprié à chacun.

Christophe Petit : En effet et c'est pourquoi j'ai élargi mon catalogue. Un jour j'ai un gamin qui vient louer un OSS117 et un client lui fait la réflexion : « tu viens au vidéoclub prendre ce film là, mais regarde donc ce qu'ils ont d'autre. » Je l'ai repris parce que ce qu'il ne savait pas c'est que ce petit vient tous les mercredi avec son frère, ils ont un tabouret pour pouvoir accéder aux titres en hauteur, et ils ont déjà vu tous les Woody Allen, les Cassavetes ; alors le dimanche il a peut-être envie de se lâcher, de prendre autre chose. Il faut de tout, c'est pourquoi je ne me suis jamais spécialisé dans le film d'auteur ou art et essai.

Emmanuel Vigne : Oui et à la fois, pour répondre à cela, même si je suis assez d'accord avec Stéphanie - je suis le premier à consommer au Vidéo Futur d'à côté- je dois avouer que si je commençais à mettre dans mes rayons des films beaucoup plus commerciaux, je perdrais une partie de ma clientèle. Le public de type Télérama chez moi cloisonne facilement. J'ai travaillé longtemps dans des cinémas d'art et essai où l'on m'a reproché longtemps la fois où j'avais pu programmer un film qui n'était pas d'auteur.

Christophe Petit : Alors que chez moi c'est le contraire.

Public : Je voudrais juste que vous précisiez un peu la part du documentaire dans vos vidéoclubs. À la FNAC, les documentaires sont classés un peu n'importe comment et j'aimerais connaître vos choix de présentation.

Stéphanie Heuze : À Hors-circuits, les documentaires représentent près de 10 % du catalogue locatif notamment grâce aux Éditions Montparnasse (*L'Abécédaire* de Gilles Deleuze, les films de Jean Rouch, etc.). Je classe les films par pays et donc les genres se mêlent entre fictions et documentaires.

Emmanuel Vigne : Je ne suis pas loin des 10% de documentaires parce que nous les soutenons et que nous travaillons avec le FID, festival de documentaires. Nous faisons aussi du dépôt de documentaristes qui ne sont pas édités. Ce sont le plus souvent des films militants et autoproduits. Notre base documentaire est donc assez importante.

Jean-Sébastien Règue : Par rapport à vous je suis plus généraliste : dans mes rayons se trouvent les documentaires dont on aura beaucoup entendu parler. Grâce à Arte et MK2 qui ont ouvert leurs catalogues aux droits locatifs, j'ai pu avoir par exemple les films de Depardon. Je ne suis pas pointu sur le documentaire mais j'ai au moins les plus connus.

Christophe Petit : Ayant à peu près 20 000 références en magasin, je ne crois pas avoir plus de 4 % de documentaires. Ce sont les documentaires sur lesquels j'arrive à avoir les droits locatifs. Tous les jours on me demande du documentaire, mais je n'arrive pas à avoir le droit locatif, cela me restreint

Stéphanie Heuze : Il a souvent été question des droits locatifs dans cette discussion. Il faut savoir que de nombreux vidéoclubs ne respectent pas le droit locatif. Les vidéoclubs présents ici respectent les auteurs et pour cette raison respectent le droit locatif, ce qui les coupe de certains films et de certains éditeurs, même indépendants.

Michel Blossier : Pour en finir avec le documentaire, il faut faire une remarque un peu générale : il est nécessaire de les accompagner. Un travail de positionnement du vidéoclub est nécessaire. Mais cela est aussi vrai de tous les rayons en dehors des nouveautés : il faut les faire vivre.

Public : Comment trouver ces vidéoclubs ?

Christophe Petit : Vous posez une bonne question. J'ai beaucoup de clients qui en déménageant me demandent si j'aurais un vidéoclub « digne de ce nom » à leur conseiller. Ce n'est pas évident. Il y a les pages jaunes où il faut éliminer les vidéoclubs qui appartiennent à des chaînes. Parmi les indépendants, il faut les appeler en posant quelques questions pour connaître leur fond.

Michel Blossier : Il y a des regroupements de vidéoclubs, il y a un syndicat professionnel mais qui sert surtout à faire du lobbying. Éditer un annuaire des vidéoclubs est un peu fastidieux et compliqué car il s'agit d'un commerce de quartier.

Public : Simplement, pour reprendre l'exemple du documentaire pour lequel il existe des annuaires, je pense qu'un annuaire des vidéoclubs pourrait être pratique pour trouver tel ou tel film.

Michel Blossier : Pour aller dans votre sens, il y a effectivement une chaîne de vidéoclubs qui est en train de se mettre en place qui s'appelle DVD Club. L'objectif est de créer une certaine éthique du vidéoclub avec des formations proposées aux exploitants pour accéder à des connaissances cinématographiques et être à même de conseiller les clients.

Emmanuel Vigne : Je veux juste faire une petite précision : quand vous parlez de commerce de quartier, c'est une remarque tout à fait parisienne. Car en province un vidéoclub peut réellement couvrir une ville entière. C'est le cas par exemple à Marseille où mes clients venant de divers quartiers peuvent louer trois films à la semaine.

Public : Je voulais juste dire que je suis inscrit à un vidéoclub depuis peu et que je loue des films que je n'achèterai pas. Les films que j'ai aimés au cinéma je les achète en DVD lorsqu'ils ne sont pas trop chers. Quant aux films que j'ai manqués au cinéma, je suis content de pouvoir les voir en location.

© Cinémas hors circuits/ Cédric Lepine