



septembre  
2020

# Le public des cinémas itinérants



**anci**  
association nationale  
des cinémas itinérants

  
**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**  
Liberté  
Égalité  
Fraternité

Une étude conjointe rédigée par Gilles Ménis (ANCI)  
et Cindy Pierron (CNC)

Et les membres du comité de pilotage :



Association nationale des cinémas itinérants (ANCI)  
Cinébus – 1200 route de Clermont – 74330 Sillingy  
Tél : 07.77.73.37.90  
<https://www.cinema-itinerant.org/>

Anne Lidove, Eric Raguét, Marlène Perraud



Centre national du cinéma et de l'image animée  
Direction des études, des statistiques et de la  
prospéctive  
291 boulevard Raspail – 75675 Paris Cedex 14  
Tél : 01.44.34.38.26  
[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

Sophie Jardillier, Benoit Danard, Corentin Bichet,  
Isabelle Gérard-Pigeaud, Danielle Sartori



## MINISTÈRE DE LA CULTURE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

Ministère de la Culture  
182 rue Saint-Honoré 75001 Paris  
Tél : 01.40.15.80.00  
<https://www.culture.gouv.fr/>

Laurence Martin



## MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

Agence nationale de la cohésion des territoires  
20, avenue de Ségur - TSA 10717 - 75 334 Paris Cedex 07  
Tél : 01.85.58.60.00  
<https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/>

Patricia Andriot, Gilles Toutin, Juliette Bisard

4	Avant-propos		
5	Contributions		
7	Présentation de l'étude		
11	Introduction		
<b>12</b>	<b>Partie 1 : Structure et caractéristiques du public des cinémas itinérants</b>	<b>24</b>	<b>Partie 2 : Les circuits et leur public : un même engagement, des pratiques différentes</b>
12	I - Le public et ceux qui le composent	25	I - Le circuit et le public : l'enjeu de la programmation
12	A - Une spectatrice de plus de 50 ans...	25	A - Programmer pour ou programmer avec...
	1 - Le public est d'abord féminin	27	B - Programmation, chacun ses choix...
	2 - Un public relativement âgé		1 - Une programmation généraliste
	3 - La structure familiale		2 - Programmer en fonction du projet
13	B - Inactif, mais connecté		3 - Une programmation adaptée
	1 - Position sociale		4 - L'Art et Essai en question(s)
	2 - Niveau d'équipement		5 - Plus d'exigence pour le jeune public
15	C - Une relation forte	33	II - Le circuit et le public : entre fidélité et renouveau
	1 - Fréquence et fidélité	33	A - Attirer et fidéliser le public
	2 - Différences et préférences		1 - Internet ne supprime pas l'affiche...
17	D - Une relation de proximité		2 - Des relais locaux indispensables
	1 - Avec qui, quand et comment		3 - La satisfaction, gage de fidélité
	2 - Une proximité bénéfique	36	B - Le partenariat et l'ancrage territorial
20	II - Le public et son rapport au cinéma		1 - Le partenariat, facteur de développement
20	A - Un fort taux de satisfaction		2 - Valoriser le territoire
21	B - Un cinéma accessible		3 - Des actions pour d'autres publics
21	C - Un cinéma apprécié		4 - Des obstacles au développement
22	D - Pas seulement du cinéma...	<b>43</b>	<b>Conclusion : Cinq mots pour le dire</b>
		44	Annexes
		44	Grille d'entretien des responsables des circuits
		45	Liste des circuits itinérants (actualisée 2020)

Une précédente étude, Le cinéma itinérant en France, réalisée par l'Association Nationale des Cinémas Itinérants (ANCI), le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) et le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET) avec le soutien du Ministère de la Culture et de la communication en 2015, proposait un état des lieux de l'exploitation itinérante au lendemain du passage à la projection numérique. Il n'avait pas été possible alors d'aborder la question du public, qui avait été volontairement différée.

Or, les cinémas itinérants n'ont de sens qu'à travers le public des territoires ruraux qu'ils animent, et il est vite apparu que cette étude ne permettait pas d'en avoir une meilleure connaissance que celle que chaque circuit pouvait avoir par lui-même.

Avec le soutien du Ministère de la Culture, qui attache à la question des publics une grande importance, l'ANCI a souhaité combler ce manque.

La collaboration étroite du CNC, qui a apporté aide et expertise, et le partenariat du Ministère de la Culture et de l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT), ont permis que ce travail complémentaire soit mené, avec l'ambition d'apporter à travers l'analyse des publics, un éclairage supplémentaire et actuel sur l'activité des circuits.

Cette *Étude du public des cinémas itinérants*, réalisée par l'Association nationale des cinémas itinérants (ANCI) avec le soutien du ministère de la Culture (SCPCI), en étroite collaboration avec le CNC et en partenariat avec l'Agence nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT), met en lumière le rôle essentiel d'animation culturelle des territoires des circuits de cinémas itinérants et la relation privilégiée qu'ils entretiennent avec leur public. Cinémas de proximité, lieux de convivialité, les circuits de cinémas itinérants apportent le cinéma, notamment d'Art et Essai, dans tous les territoires, qu'ils soient ruraux ou périphériques. Ils se caractérisent également, avec l'implication des bénévoles, par une autre manière de programmer et de faire vivre le cinéma : non seulement programmer *pour*, mais programmer *avec*. Ce sont de véritables outils de démocratisation culturelle sur les territoires, en particulier pour le Jeune Public et le public âgé.

**Luc Allaire**

Secrétaire Général du ministère de la Culture

Le Cinématographe est né voyageur. Cette magie d'une salle improvisée sur la place d'un village ou dans un autre lieu ne s'est pas perdue depuis plus de 120 ans, c'est formidable !

Les cinémas itinérants jouent un rôle essentiel dans l'accès au cinéma pour tous et le maillage territorial de l'offre cinématographique. En 2019, 109 circuits itinérants ont sillonné la France métropolitaine et les Outre-mer. Ils ont permis de doubler la couverture géographique des communes françaises et d'apporter les films au public là il n'y avait pas de cinémas.

Le cinéma, encore plus quand il est itinérant, est souvent l'un des principaux lieux de vie dans les villages. C'est parce que le cinéma crée un lien très fort de convivialité, d'échanges, d'ouverture au monde que nous le protégeons et l'aidons à exister partout : le CNC soutient ainsi les cinémas itinérants à hauteur de plus d'un million d'euros.

Ces réseaux vivent grâce à la passion des bénévoles qui organisent tout de A à Z et vont à la rencontre du public. Mais les cinémas itinérants n'existeraient pas non plus sans le soutien des collectivités territoriales qui connaissent l'importance, dans les milieux ruraux et les plus petites communes, de ces activités.

Ces circuits qui viennent à la rencontre du public et créent du lien sont particulièrement essentiels ces temps-ci, après des mois de confinement et de vie sociale suspendue.

Merci à tous de faire vivre le cinéma en France et en particulier à l'Association nationale des cinémas itinérants (ANCI) sans laquelle rien ne serait possible !

**Dominique Boutonnat**

Président du CNC

Créée le 1<sup>er</sup> janvier 2020, l'Agence nationale de la cohésion des territoires est un partenaire actif des collectivités et agit au plus près des territoires. Sa capacité à observer finement toutes les composantes des dynamiques locales, à détecter les sources d'activité, à encourager les facteurs de cohésion, pour résumer, à « ressentir les territoires », constitue sa force autant qu'elle lui permet d'atteindre ses objectifs.

Soutenir les partenaires qui œuvrent à la vitalité des territoires fait pleinement partie des missions de l'agence. Financer, aux côtés du ministère de la culture et du centre national du cinéma et de l'image animée, une étude qui vise à connaître la structure, les motivations et les pratiques du public des cinémas itinérants répond à ses préoccupations. Les résultats de ces travaux confirment le fait que les cinémas itinérants répondent à une attente : ils proposent un service non pourvu par ailleurs, pour un certain type de public. La fonction de maillage et d'aménagement du territoire s'en trouve ainsi confirmée.

Surtout, l'étude illustre que les cinémas itinérants bénéficient d'un fort taux de satisfaction, associant convivialité, qualité, proximité, citoyenneté, mais aussi lien social et éducation populaire, ce qui conforte pleinement les professionnels et les bénévoles engagés qui agissent en faveur de l'accompagnement des territoires.

Enfin, ces travaux proposent une analyse fine des pratiques et des habitudes vis-à-vis du cinéma itinérant, et par là-même un enrichissement des connaissances sur l'accès à la culture mais également sur les attentes des publics dans les territoires ruraux.

Nous vous souhaitons bonne lecture et la recommandons bien au-delà des publics avertis des acteurs directement concernés.

**Yves Le Breton**

Directeur général de l'ANCT

L'Association nationale des cinémas itinérants fut créée en 2011, afin de permettre aux circuits d'aborder collectivement la délicate transition numérique et faire reconnaître leur importance dans le développement culturel des territoires.

Une première étude, réalisée en 2015, avait permis de recenser et valoriser les acteurs de l'exploitation itinérante, préciser l'étendue de leur implantation géographique, leur poids économique et souligner la diversité de leurs actions.

Cette seconde étude, qui nous permet de mieux connaître les personnes qui fréquentent nos projections, de comprendre leurs motivations et d'entendre leurs critiques, souligne beaucoup d'aspects positifs : l'attachement du public à nos salles et aux moments de rencontre construits autour des projections, sa confiance et l'intérêt qu'il porte à nos programmations. Nous constatons aussi que notre public est souvent âgé et que la conquête des plus jeunes n'est pas simple.

Surtout, nous pouvons être fiers, salariés et bénévoles qui organisons ces activités, de notre engagement, de notre investissement et de nos initiatives.

Cette étude a été lancée à une période de forte fréquentation pour l'ensemble des exploitants. La pratique, renforcée par le confinement, du visionnement des films, non plus en salle mais chez soi, donne un autre éclairage aux données de cette étude. Elle montre que les habitants de nos territoires sont autant attachés à la qualité des programmations qu'à ce qui se joue quand on peut se retrouver ensemble et partager des émotions sur grand écran.

Le sens du collectif !

C'est ce que cette étude m'inspire ; je tiens à saluer mes collègues de l'itinérance, qui œuvrent tous les jours, ainsi que nos fidèles financeurs, partenaires de cette étude, qui font ainsi le pari d'un avenir prometteur pour l'action culturelle de proximité, dans tous les territoires.

**Anne Lidove**

Présidente de l'ANCI

La présente étude a été menée sous la direction et le contrôle d'un comité de pilotage composé de représentants du Ministère de la Culture, du Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) et en particulier de la direction des études, des statistiques et de la prospective, de l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT) et de l'Association Nationale des Cinémas Itinérants (ANCI) qui fédérait, en 2019, 63 circuits itinérants adhérents dans toute la France, métropole et Outre-Mer.

## Méthodologie de l'étude

À partir de la liste, actualisée en janvier 2019, de la centaine de circuits itinérants en activité en France, la direction des études du CNC a constitué une liste cible de vingt circuits pour assurer l'administration de l'enquête, en prenant en compte plusieurs critères comme la répartition territoriale, l'appartenance ou non à une fédération d'éducation populaire, la taille du circuit (nombre de points de projection et nombre de séances organisées), la nature juridique (association ou entreprise), le classement Art et Essai.

Chaque circuit retenu ayant donné son accord pour participer à cette étude a reçu au cours de la deuxième quinzaine de mars 2019, 200 questionnaires imprimés, ainsi qu'une note expliquant la démarche et donnant des conseils pour les administrer. L'objectif était de réunir 4 000 questionnaires avec 200 questionnaires administrés par circuit. Ce seuil de 200 questionnaires a été fixé comme seuil significatif permettant de pouvoir analyser les résultats de manière fine sur un site de projection.

La période d'administration des questionnaires était initialement prévue entre le 18 mars et le 16 juin 2019, plus quelques séances de cinéma en plein air pendant les trois premières semaines de juillet, afin de couvrir la diversité des publics assistant aux projections des cinémas itinérants. Cette période d'administration a été prolongée jusqu'au 15 novembre 2019 en raison des difficultés de certains circuits à parvenir au quota minimal de 200 questionnaires.

Au total, les vingt circuits ont recueilli 4 073 questionnaires exploitables, certains questionnaires ayant été invalidés.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Les questionnaires non pris en compte dans l'étude sont ceux pour lesquels il manquait une réponse aux questions sociodémographiques (questions 1 à 7) ou plus de cinq réponses aux autres questions (questions 8 à 24).

## Les limites de la méthode

### Remarques générales sur les difficultés rencontrées

Cette étude repose sur le volontariat des circuits et leurs disponibilités à pouvoir administrer les questionnaires. Elle s'est donc heurtée à quelques difficultés de terrain liées notamment à la disponibilité des personnes en charge d'administrer l'enquête qui étaient souvent seules pour organiser la séance, réaliser la projection et parfois assurer la billetterie et les entrées. Ils n'avaient souvent pas beaucoup de temps à consacrer à l'étude ou pour convaincre les spectateurs de remplir les questionnaires, ce qui explique aussi la prolongation de la durée d'administration.

Certains circuits ont aussi connu des difficultés internes de fonctionnement, des problèmes de personnel par exemple, qui les ont amenés à se recentrer sur des priorités dont l'étude des publics ne faisait logiquement pas partie.

Les consignes adressées aux circuits, qui avaient pour but de faciliter une administration des questionnaires de qualité sans trop alourdir la charge de travail des personnels et bénévoles des circuits, n'ont pas toujours été respectées. En effet, la recommandation d'interroger « tous » les spectateurs d'une séance n'a pas toujours été suivie. Le recueil des questionnaires a parfois été dépendant du volontariat des spectateurs, avec un possible effet sur la représentation du public. Par exemple, il a été constaté que lorsqu'un couple est présent à la séance, le questionnaire est seulement rempli par la femme.

Il en est de même pour les séances jeune public, où le retour des questionnaires provient majoritairement des parents ou grands-parents accompagnant les enfants. Il est vrai que cet exercice s'est révélé difficile en pratique pour les jeunes enfants, pour les parents avec plusieurs enfants ou pour les groupes accompagnés.

Les données concernant ce public doivent être considérées avec précaution car elles ne reflètent que partiellement la réalité du jeune public pourtant très important pour de nombreux circuits itinérants, d'autant plus que le public scolaire n'était pas retenu comme objet d'étude. Ces données spécifiques aux plus jeunes seront donc peu étudiées.

Enfin, lors de la saisie des questionnaires, il est apparu que certaines questions avaient été mal comprises et/ou mal renseignées par un certain nombre de répondants. La plupart du temps, il a été possible, notamment au regard des autres réponses, d'interpréter le non-respect de la consigne et de corriger la réponse.

## Identité des circuits participants

nom du circuit	départements	nb de points	nb de séances 2019	nb d'entrées 2019	% public scolaire	Classement Art et Essai	nb de salariés	nb de bénévoles
ADAMR Cinéma de pays	04/05/83	30	432	20 413	15 %	Non	3	82
Ciné Ligue Champagne-Ardenne	10/08/51/52	62	609	32 486	50 %	Oui	4	90
Ciné Parc	43/63	30	676	24 804	58 %	Oui	4	60
Ciné plus en Limousin	19/23/87	41	734	19 682	20 %	Oui	4	40
Ciné Rural 60	60/27/77/93/95	85	1 127	51 981	28 %	Oui	9	200
Ciné Seine 76	27/76	12	360	16 500	0 %	Non	3	0
Cinéambul 72	72	35	896	36 784	23 %	Non	5	80
Cinébus	01/73/74	36	1 747	68 367	22 %	Oui	7	180
Cinéco	30/48	61	950	2 955	16 %	Oui	7	85
CinéLigue Hauts-de-France	59/62	73	846	61 185	50 %	Oui	15	100
Cinéma de la Rosière	06	24	502	24 358	2 %	Non	3	24
Ciném'Aude	11	20	2 493	50 222	12 %	Oui	14	26
Cinémobile	18/28/36/41/45	46	2 021	56 637	32 %	Oui	9	110
Cinéval	84	21	468	24 217	24 %	Oui	3	100
Cinévasion 43	43	18	650	24 447	16 %	Oui	2	55
Cinéville - FDFR 71	71	62	550	19 924	36 %	Oui	2	155
CRCATB	16	16	306	14 888	10 %	Non	1	50
CRPC Cinéma chez nous	17/79/86	41	907	45 108	20 %	Oui	8	200
Du cinéma plein mon cartable	40	24	270	9 376	25 %	Oui	1	50
Ecran vagabond du Trièves	38	14	572	16 526	26 %	Oui	0,5	104

## Répartition des questionnaires recueillis

### Nombre de répondants par circuit

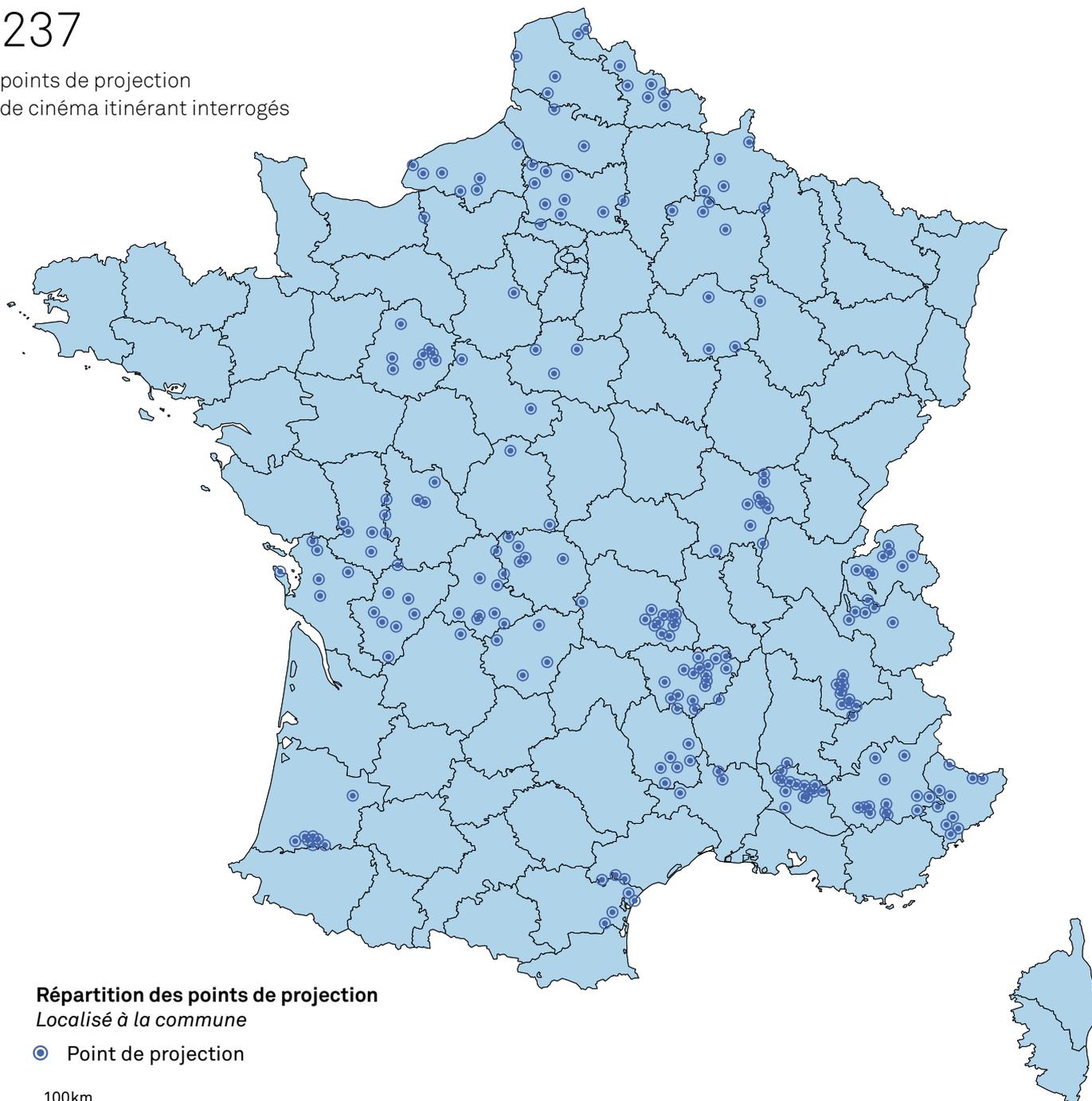
nom du circuit	valeur absolue	répartition
ADAMR Cinéma de pays	199	4,9 %
Ciné Ligue Champagne Ardenne	200	4,9 %
Ciné Parc	210	5,2 %
Ciné plus en Limousin	217	5,3 %
Ciné Rural 60	216	5,3 %
Ciné Seine 76	208	5,1 %
Cinéambul 72	224	5,5 %
Cinébus	217	5,3 %
Cinéco	211	5,2 %
CinéLigue Hauts-de-France	268	6,6 %
Cinéma de la Rosière	202	5,0 %
Ciném'Aude	122	3,0 %
Cinémobile	213	5,2 %
Cinéval	133	3,3 %
Cinévasion 43	198	4,9 %
Cinéville - FDFR 71	227	5,6 %
CRCATB	225	5,5 %
CRPC Cinéma chez nous	184	4,5 %
Du cinéma plein mon cartable	200	4,9 %
Ecran vagabond du Trièves	199	4,9 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

## Profil des communes concernées

L'enquête a été menée dans 237 communes de 36 départements différents ; 134 communes (56,5%) sont situées en zone de revitalisation rurale (ZRR).

# 237

points de projection  
de cinéma itinérant interrogés



### Le cinéma itinérant dessert des communes de petite taille, situées dans des espaces isolés ou en périphérie des grandes villes

Les communes/points de projection où ont été administrés les questionnaires sont en majorité des communes de petite taille : les trois-quarts des communes concernées comptent moins de 2 900 habitants en 2016, et la moitié moins de 1 550 habitants. Six des plus petites communes ont moins de 200 habitants.

Les points de projection se situent majoritairement (77 %) dans des communes *peu densément peuplées*<sup>2</sup> qui peuvent jouer un rôle de centralité locale, mais beaucoup moins dans des communes *très peu densément peuplées* (9 %) où les équipements et le public nécessaires à une projection peuvent manquer.

Cependant, le faible nombre d'habitants d'une commune ne veut pas nécessairement dire qu'elle est éloignée d'un grand centre urbain plus dense : ainsi, plus de la moitié des points de projections se situent dans des communes appartenant à des couronnes de *grands pôles urbains*<sup>3</sup> (46,0 %) ou à un grand pôle d'emplois (9,7 %).

Un peu moins de 45 % des points de projection se situent en dehors de l'influence de ces grands pôles urbains, dont 4 % dans un pôle urbain petit (1 500 à 5 000 emplois) ou moyen (5 000 à 10 000 emplois), souvent déjà équipé d'un cinéma.

Ce sont donc seulement 40,5 % des points de projection qui se trouvent, soit dans l'espace des communes isolées (29,5 %), soit dans les grands espaces des « *autres communes multipolarisées* », c'est à dire hors attraction des pôles urbains.

### Le cinéma itinérant dessert des communes aux populations âgées

La population des communes où se trouvent les points de projection des circuits sélectionnés pour l'enquête comporte une proportion de personnes de 65 ans et plus (23,9 %) plus importante que la moyenne française (18,8 %).

Ce sont également des communes dans lesquelles la part des retraités est en moyenne plus élevée que pour l'ensemble de la France (33,4 %, contre 26,7 %).

<sup>2</sup> Selon la Grille communale de densité publiée par l'Insee.

<sup>3</sup> Selon le Zonage en aires urbaines de l'Insee.

L'objectif de départ de cette étude était de mieux connaître le public des cinémas itinérants. Il s'agissait de cerner, non seulement le profil socio-démographique des spectateurs, mais aussi la nature et l'expression de leurs relations avec le cinéma itinérant, la manière dont ils le vivent, et ce qu'ils en attendent. L'analyse des données récoltées à cet effet font l'objet de la première partie.

Mais il avait été admis dès le départ que pour mieux rendre compte de la réalité des circuits dans leur rapport au public, il fallait éclairer ces données brutes et les compléter par les témoignages des animateurs des circuits. Ce que les cinémas itinérants proposent au public de leurs territoires, quel cinéma ils veulent défendre auprès de lui, comment ils comptent s'attacher et garder le public, ces questions et quelques autres sont abordées dans une deuxième partie abondamment illustrée par les propos recueillis.

# Partie 1 : Structure et caractéristiques du public des cinémas itinérants

Cette partie repose sur l'analyse des données quantitatives obtenues via les questionnaires. Elles sont complétées, lorsque cela était possible, par des données issues de l'enquête *CinExpert* administrée par l'institut Vertigo (soit via l'enquête en ligne, soit via l'enquête téléphonique), par des données générales sur la population française, par une précédente *étude cinéma itinérant et territoires ruraux* appuyée sur les données de 1997, ainsi que par des observations faites sur le terrain d'enquête.

Le premier travail d'étude sur le cinéma itinérant, *cinéma itinérant et territoires ruraux*, est paru en janvier 1999. Il avait été réalisé par la Confédération nationale des foyers ruraux, en collaboration avec le Ministère de la culture et de la communication et le CNC.

L'analyse socio-démographique des spectateurs reposait sur un questionnaire diffusé par cinq circuits, en septembre et octobre 1997, et administré au cours de séances traditionnelles qui excluaient les séances scolaires, les séances spécifiquement jeune public et les séances spéciales, c'est à dire des séances thématiques, des ciné-débats ou avec invités, proposées hors programmation régulière.

La population étudiée était plus restreinte (*seulement cinq circuits concernés et 762 questionnaires administrés*) et toute comparaison doit être regardée avec une certaine prudence. Néanmoins, les écarts relevés à vingt-deux ans d'intervalle peuvent être perçus comme les indicateurs de l'évolution de la structure du public des cinémas itinérants au cours de cette période.

## I - Le public et ceux qui le composent

### A - Une spectatrice de plus de 50 ans...

#### 1 - Le public est d'abord féminin

Le public des circuits de cinéma itinérant est majoritairement féminin en 2019. Les femmes représentent 71,0 % des spectateurs ayant répondu au questionnaire. Comme mentionné précédemment, ces données sont à considérer avec précaution du fait que ce sont généralement les femmes les plus enclines à répondre à un questionnaire au sein d'un couple.

A titre de comparaison, les femmes représentent 51,7 % de la population totale en 2019 et composent 52,1 % du public du cinéma en 2019.

Un homme représente moins d'un spectateur sur trois dans les circuits de cinéma itinérant, alors qu'ils sont plus d'un sur deux dans l'ensemble des établissements français.

#### **Les femmes, plus nombreuses qu'en 1997**

En 1997, les femmes représentaient déjà plus de la moitié du public des cinémas itinérants, à 57,8 %, soit un écart moins prononcé par rapport au public du cinéma dans son ensemble (51,3 %\* ).

\*CNC – Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, spectateurs 6 ans et plus, 1997.

#### **Public des circuits itinérants selon le genre<sup>1</sup>**

	valeur absolue	répartition	public du cinéma en 2019 <sup>2</sup>	population française en 2019 <sup>2</sup>
hommes	1 180	29,0 %	47,9 %	48,3 %
femmes	2 893	71,0 %	52,1 %	51,7 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Le public scolaire n'est pas pris en compte.

<sup>2</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

## 2 - Un public relativement âgé

L'évolution de la population française totale en fonction des tranches d'âge met en évidence un constat déjà établi, celui de son vieillissement. En effet, les 50 ans et plus composent 41,3 % de la population française en 2019. Cette part est plus élevée au sein du public des circuits itinérants : 71,6 % du public des circuits ont plus de 50 ans, dont 53,7 % ont plus de 60 ans en 2019. Alors que le public du cinéma en 2019 compte une plus faible part de spectateurs de 50 ans et plus à 32,1 %.

Pour les autres tranches d'âge, les écarts entre le public des circuits itinérants et le public du cinéma français suivent une logique inverse : 20,7 % du public des cinémas itinérants ont entre 25 et 49 ans, contre 35,0 % pour le public du cinéma et plus important encore, 7,7 % ont moins de 25 ans, contre 32,9 % pour l'ensemble du public du cinéma.

Il est possible d'avancer certaines hypothèses quant à la faible fréquentation des jeunes dans les circuits itinérants par rapport à l'ensemble des cinémas : des choix de programmation différents et une appétence plus grande pour les multiplexes qui réunissent aussi d'autres services.

Les jeunes étudiants, devant rejoindre les grandes villes pour étudier, sont également moins nombreux dans les villages où se situent les points de projection. De nombreux circuits s'arrêtent ou fonctionnent différemment pendant la période estivale, quand les jeunes sont de retour dans les villages et peut-être plus disponibles.

### En 1997, un public plus jeune

D'après l'étude déjà citée, *cinéma itinérant et territoires ruraux*, plus de 80 % des spectateurs de cinémas itinérants avaient moins de 50 ans en 1997. Les moins de 25 ans représentaient 42,5 % du public et les 35-49 ans 30,0 %. Les plus de 50 ans ne constituaient que 13,3 % du public des cinémas itinérants à cette époque, dont 5,7 % avaient 60 ans ou plus.

La population française vieillit, c'est un fait, en particulier dans les territoires ruraux. Et les données exploitées en 1997 présentent parfois des écarts inexplicables, mais la tendance semble indéniable.

Faut-il en déduire que le public d'hier est le même qu'aujourd'hui... avec deux décennies de plus ?

## Public des circuits itinérants selon l'âge

	valeur absolue	répartition	public du cinéma en 2019 <sup>1</sup>	population française en 2019 <sup>1</sup>
moins de 14 ans	165	4,0 %	18,1 %	14,9 %
15-24 ans	150	3,7 %	14,8 %	12,1 %
25-49 ans	842	20,7 %	35,0 %	31,7 %
50 ans et plus	2 916	71,6 %	32,1 %	41,3 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

## 3 - La structure familiale

Près de la moitié des spectateurs du cinéma itinérant vivent en couple : 46,2 % des répondants déclarent former un foyer de deux personnes. Il s'agit majoritairement de conjoints, mais aussi de personnes seules avec enfant ou plus rarement d'ascendants. Cette part est plus élevée que celle du public en général où les foyers de deux personnes représentent un tiers des spectateurs (32,8 %).

Les foyers de trois ou quatre personnes, c'est à dire en majorité des couples avec enfant(s) ou des familles monoparentales, sont en contrepartie moins nombreux parmi les spectateurs de circuits itinérants (23,8 %) que dans l'ensemble du public (39,0 %).

En revanche, les familles nombreuses, les foyers de cinq ou six personnes, sont représentées de façon égale dans les deux publics cités.

## Composition du foyer des spectateurs

	valeur absolue	répartition	questions omnibus 2019 <sup>1</sup>
1 personne	875	21,5 %	19,4 %
2 personnes	1 882	46,2 %	32,8 %
3 personnes	420	10,3 %	21,7 %
4 personnes	550	13,5 %	17,3 %
5 personnes	264	6,5 %	6,4 %
6 personnes et plus	82	2,0 %	2,5 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus

## B - Inactif, mais connecté

### 1 - Position sociale

Avec plus de six spectateurs sur dix (62,6 %), le public du cinéma itinérant se compose en majorité d'inactifs, alors qu'ils composent 49,8 % du public du cinéma en 2019 et qu'ils représentent 53,0 % de la population française.

Au sein des inactifs, les spectateurs retraités sont les plus représentés dans les circuits itinérants à 50,3 %, contre 21,2 % dans le public du cinéma en général et

29,5 % dans la population totale. Inversement, les étudiants, qui sont 21,7 % dans la population totale, composent 26,9 % du public du cinéma en 2019, mais seulement 7,0 % du public des cinémas itinérants.

Une autre différence notable entre le public du cinéma en général et le public du cinéma itinérant est la part des spectateurs relevant des catégories socioprofessionnelles supérieures. Alors que cette part s'élève à 27,1 % dans le public du cinéma en 2019, soit une part plus élevée que son poids dans l'ensemble de la population (23,0 %), les CSP+ ne représentent que 17,5 % du public des cinémas itinérants.

Il est probable qu'une partie de l'explication de ces écarts réside dans une faible présence des CSP +, qui « reste spécifique du milieu rural. Dans (les) trois départements ruraux pris en exemple, leur part est inférieure de moitié à celle que ces CSP occupent au niveau national, de 7,9 % à 8,5 % contre 16,6 % » (INSEE, données harmonisées des recensements 1968-2012), mais peut-être aussi dans le mode de vie des CSP+. Les cadres et professions intellectuelles sont plus facilement enclins à sortir et à aller au cinéma en ville, souvent le lieu de leur activité professionnelle. Peut-être ont-elles aussi plus de possibilités pour s'abonner à des chaînes TV spécialisées ou aux services de vidéo à la demande, ces pratiques culturelles (cinéma, abonnements) ayant un coût qu'il est plus facile d'assumer pour ce type de population ?

Quant aux étudiants, on peut rappeler quelques explications avancées plus haut : leur absence dans les villages quand ont lieu les séances, une fréquentation du cinéma sur leurs lieux de vie étudiante, un possible désintérêt pour la programmation proposée, voire peut-être, une consommation de films en ligne.

### Public des circuits itinérants selon l'activité professionnelle

	valeur absolue	répartition	public du cinéma en 2019 <sup>1</sup>	population française en 2019 <sup>1</sup>
CSP +	715	17,5 %	27,1 %	23,0 %
CSP -	809	19,9 %	23,1 %	24,0 %
inactifs	2 549	62,6 %	49,8 %	53,0 %
- dont retraités	2 047	50,3 %	21,2 %	29,5 %
- dont étudiants	287	7,0 %	26,9 %	21,7 %

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### 2 - Niveau d'équipement

D'une manière générale, la possession d'équipements audiovisuels est plus importante pour les spectateurs de cinéma que pour ceux des circuits itinérants.

Les spectateurs du cinéma sont 96,1 % à posséder un téléviseur, ils ne sont que 91,7 % parmi les spectateurs du cinéma itinérant. L'écart est à peine plus élevé pour la possession d'un ordinateur : 97,0 % contre 88,9 %.

En revanche, la différence est beaucoup plus marquée pour les tablettes numériques et surtout les smartphones entre les spectateurs du cinéma itinérant et ceux du cinéma en général.

50,6 % des spectateurs du cinéma itinérant possèdent une tablette, contre 65,3 % pour l'ensemble des spectateurs, soit un écart de 14,7 points entre les deux. Cette différence est encore plus prononcée pour les smartphones avec 28,9 points d'écart entre les spectateurs des cinémas itinérants (65,7 %) et l'ensemble des spectateurs (94,6 %).

Ces écarts sont peut-être révélateurs de pratiques différentes entre milieu rural et milieu urbain, ou entre classes d'âge, mais il est permis de se demander si la couverture inégale des réseaux téléphoniques sur le territoire peut également expliquer, au moins en partie, une telle différence dans la possession de smartphones.

Le domaine, voisin mais particulier, des réseaux de diffusion par abonnement (type chaînes payantes ou services de vidéo à la demande) fait également ressortir quelques différences entre les deux publics. Tout d'abord, ce n'est pas inattendu, le public des cinémas itinérants est légèrement moins présent sur ces réseaux que le public du cinéma en général, 28,0 % contre 35,6 % en cumulé.

Autre différence notable, la répartition des abonnements : Netflix et Canal+ sont à parts égales chez les spectateurs des cinémas itinérants, respectivement 14,3 % et 13,7 %. En revanche, l'écart est très net pour les abonnés fréquentant l'ensemble des établissements cinématographiques, avec 2,5 fois plus d'abonnés pour Netflix que pour Canal+ (25,2 %, contre 10,4 %). Canal+ est même un peu plus présent dans les zones rurales (public des cinémas itinérants) que sur l'ensemble du territoire auprès des spectateurs de cinéma (13,7 %, contre 10,4 %) ; ce constat et la prédominance de Netflix en milieu urbain, révèlent ainsi quelques nuances dans les pratiques des deux publics considérés.

Il faut noter avec satisfaction que, pour environ un quart du public, la possession d'un tel abonnement n'est pas un frein à la fréquentation des salles, dans les villes comme dans les villages...

## Equipements possédés par les spectateurs

	valeur absolue	répartition	questions omnibus 2019 <sup>1</sup>
télévision	3 711	91,7 %	96,1 %
Smartphone	2 660	65,7 %	94,6 %
tablette	2 048	50,6 %	65,3 %
Home cinéma	369	9,1 %	nd
lecteur DVD / Blu-ray	2 016	49,8 %	nd
ordinateur	3 595	88,9 %	97,0 %
connexion internet haut débit	2 554	63,1 %	nd
abonnement Canal+	556	13,7 %	10,4 %
abonnement Netflix	580	14,3 %	25,2 %

Base : 4 046 répondants

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### Des différences générationnelles...

L'âge a un impact sur l'équipement des spectateurs des cinémas itinérants. Alors que la part des 50 ans et plus à posséder une télévision est la plus élevée (92,8 %), il apparaît que pour les autres équipements, leur part est en deçà de celle des autres tranches d'âge. En effet, 96,0 % des 15-24 ans possèdent un smartphone, contre 57,5 % des 50 ans et plus. Pour la tablette, cela concerne 60,0 % des 15-24 ans, contre 46,0 % des 50 ans et plus et pour l'abonnement à Netflix 48,0 % des 15-24 ans, contre 6,6 % des 50 ans et plus.

### Des différences socioprofessionnelles

Les CSP+ sont mieux équipés que les autres spectateurs des circuits itinérants.

93,4 % des spectateurs inactifs (élèves, retraités, chômeurs, etc.) possèdent une télévision, contre 89,2 % des CSP- et 85,0 % des CSP+. Inversement, 79,7 % des spectateurs CSP+ sont équipés d'un smartphone, contre 74,3 % des CSP- et 58,4 % des inactifs. Les CSP+ sont plus nombreux que les autres catégories à posséder un ordinateur (95,8 %), une connexion internet haut débit (74,4 %), un lecteur DVD/Blu-Ray (58,7 %), une tablette (58,3 %), un abonnement à Netflix (22,1 %) et un abonnement à Canal+ (14,1 %). Pour leur part, les CSP- sont plus nombreux à être équipés d'un Home Cinéma (15,3 %).

### Peu de rapport entre équipement et habitudes de fréquentation

Les habitudes de fréquentation des spectateurs des cinémas itinérants n'ont que peu d'impact sur les équipements possédés. Toutefois, les spectateurs occasionnels des cinémas itinérants sont les plus nombreux à avoir un abonnement à Netflix (19,5 %), contre 10,7 % pour les réguliers et 9,3 % pour les assidus.

## C - Une relation forte

### 1 - Fréquence et fidélité

#### Définition des habitudes de fréquentation

Les *spectateurs assidus* vont au moins une fois par semaine au cinéma.

Les *spectateurs réguliers* y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine).

Les *habitués du cinéma* regroupent les assidus et les réguliers.

Les *spectateurs occasionnels* y vont au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois).

Les spectateurs de l'itinérance déclarent fréquenter le cinéma d'une manière générale de façon régulière (58,9 %). Au global, les spectateurs habitués (assidus + réguliers) du cinéma représentent 71,5 % du public interrogé. Ces données sont à prendre avec précaution car au niveau national, la part des spectateurs habitués du cinéma au sein du public s'élève à 31,6 % en 2019 (spectateurs ayant déclarés être allés au moins une fois au cinéma au cours des douze derniers mois).

#### Habitudes de fréquentation du cinéma (en général)

	valeur absolue	répartition
habitués	2 912	71,5 %
- dont assidus	514	12,6 %
- dont réguliers	2 398	58,9 %
occasionnels	1 157	28,4 %
non réponse	4	0,1 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

Concernant les habitudes de fréquentation des circuits itinérants, 8,2 % des spectateurs vont dans un cinéma itinérant au moins une fois par semaine en 2019, soit dans des points de projection qui ont une diffusion hebdomadaire.

Près de la moitié des spectateurs interrogés déclarent aller au moins une fois par mois dans un cinéma itinérant, signe d'une grande assiduité puisque les points de projection des circuits ne proposent en majorité qu'une ou deux séances par mois. De nombreux répondants déclarent aller au cinéma à chaque séance proposée par le circuit, quel que soit le film, cela dépasse la simple sortie au cinéma. Il s'agit alors d'un moment collectif attendu et d'un rendez-vous à ne pas manquer.

Les spectateurs occasionnels composent 41,7 % du public des circuits itinérants en 2019.

### Les plus âgés sont les plus assidus

Compte tenu de la structure du public, les spectateurs qui vont le plus souvent dans les cinémas itinérants sont les personnes les plus âgées. La part d'assidus au sein des plus de 50 ans s'élève à 10,0 % contre 4,7 % pour les 15-24 ans et 3,7 % pour les 25-49 ans. 56,3 % des 50 ans ou plus sont des spectateurs réguliers et 33,4 % des occasionnels. La part d'occasionnels dans les autres tranches d'âge dépasse les 70 %.

### Habitudes de fréquentation des cinémas itinérants

	valeur absolue	répartition
au moins 1 fois par semaine	335	8,2 %
au moins 1 fois par mois (et moins d'1 fois par semaine)	2 027	49,8 %
au moins 1 fois par an (et moins d'1 fois par mois)	1 235	30,3 %
moins souvent	465	11,4 %
non réponse	11	0,3 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

### Les habitudes de fréquentation et la catégorie socioprofessionnelle sont liées

La part de spectateurs assidus des cinémas itinérants est plus importante au sein des spectateurs inactifs (9,1 %), contre 7,8 % pour les CSP+ et 5,8 % pour les CSP-.

Il en est de même pour les spectateurs réguliers avec 54,8 % d'inactifs. Inversement, plus de la moitié des CSP+ et des CSP- sont des spectateurs occasionnels du cinéma itinérant, contre 35,7 % des inactifs.

### 2 - Différences et préférences

54,4 % des personnes interrogées déclarent ne pas avoir de préférence quant au type d'établissement cinématographique fréquenté. Cette part s'élève à 56,2 % pour les CSP-, à plus de 58 % pour les 15-24 ans et pour les 25-49 ans et à 60,5 % pour les occasionnels. Pour 31,2 % des spectateurs interrogés, leur préférence se tourne vers le cinéma itinérant. Ceci est d'autant plus vrai pour les spectateurs inactifs (51,9 %), pour ceux de 50 ans et plus (34,2 %) et pour les assidus (41,2 %). Viennent ensuite le cinéma fixe situé en centre-ville à 7,9 % et le multiplexe situé en centre-ville à 4,3 %.

La saisie des questionnaires a permis de constater que beaucoup de répondants, qui déclaraient ne fréquenter qu'un cinéma, disaient dans le même temps n'avoir pas de préférence, ou même préférer un cinéma de centre-ville ou un multiplexe dans lesquels pourtant ils ne vont pas.

À l'inverse, ceux qui fréquentent plusieurs cinémas ne déclarent pas systématiquement préférer le multiplexe ou les cinémas de centre-ville. Beaucoup n'ont pas de préférence (38,8 % de ceux qui fréquentent deux

cinémas, et 31,2 % de ceux qui en fréquentent trois ou plus) et ceux qui déclarent préférer le cinéma itinérant ne sont pas rares (30,5 % de ceux qui fréquentent deux cinémas et 12,8 % de ceux qui en fréquentent trois ou plus).

### Type de cinéma préféré

	valeur absolue	répartition
un cinéma itinérant	1 269	31,2 %
un cinéma fixe situé en centre-ville	322	7,9 %
un multiplexe (+ de 8 salles) situé en centre-ville	174	4,3 %
un cinéma fixe situé dans une zone commerciale	35	0,9 %
un cinéma fixe situé en périphérie	41	1,0 %
je n'ai pas de préférence	2 215	54,4 %
non réponse	17	0,4 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

Alors que près de 80 % des spectateurs de cinéma ne fréquentent qu'un seul cinéma en 2019, cette part s'élève à seulement 27,2 % pour les spectateurs des cinémas itinérants (29,0 % pour les 50 ans et plus, 29,1 % pour les inactifs et 30,9 % pour les moins de 14 ans). En effet, 60,9 % de ces derniers déclarent aller dans plusieurs cinémas, dont 36,7 % dans deux cinémas différents. Plus de 72 % des 15-49 ans déclarent fréquenter plusieurs cinémas, comme 72,3 % des CSP+.

Parmi les spectateurs de cinémas itinérants qui en fréquentent plusieurs, ils vont, en moyenne, dans trois cinémas différents (comme pour l'ensemble des spectateurs).

### Nombre de cinémas différents fréquentés

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
1 seul cinéma	1 108	27,2 %	79,6 %
plusieurs cinémas	2 480	60,9 %	20,4 %
<i>dont 2 cinémas</i>	<i>1 494</i>	<i>36,7 %</i>	<i>7,4 %</i>
<i>dont 3 cinémas</i>	<i>728</i>	<i>17,9 %</i>	<i>7,6 %</i>
<i>dont 4 cinémas</i>	<i>177</i>	<i>4,3 %</i>	<i>3,2 %</i>
<i>dont 5 cinémas</i>	<i>58</i>	<i>1,4 %</i>	<i>1,6 %</i>
<i>dont 6 cinémas</i>	<i>10</i>	<i>0,3 %</i>	<i>0,3 %</i>
<i>dont 7 cinémas</i>	<i>5</i>	<i>0,1 %</i>	<i>0,0 %</i>
<i>dont 8 cinémas ou plus</i>	<i>8</i>	<i>0,2 %</i>	<i>0,3 %</i>
non réponse	485	11,9 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

## D - Une relation de proximité

### 1 - avec qui, quand et comment

La répartition des spectateurs de cinéma itinérant selon le mode de fréquentation diffère peu de celle de l'ensemble des spectateurs de cinéma. Le cinéma, qu'il soit itinérant ou non, demeure une pratique collective : 79,5 % des spectateurs de cinéma itinérant vont au cinéma à plusieurs (80,7 % tous spectateurs), dont 34,3 % en couple (38,1 % tous spectateurs). 35,9 % des CSP+, 36,8 % des inactifs et 41,8 % des 50 ans ou plus se sont rendus dans un circuit itinérant en couple.

La fréquentation des salles itinérantes en famille ou entre amis s'élève à 45,2 %, contre 42,6 % pour l'ensemble des spectateurs. Cela concerne 55,1 % des CSP-, 68,9 % des 25-49 ans et 74,0 % des 15-24 ans.

La part de spectateurs se rendant seuls au cinéma est quasiment identique pour les circuits itinérants que pour l'ensemble : 20,0 % des spectateurs des cinémas itinérants s'y sont rendus seuls en 2019 (19,3 % tous spectateurs). Cette part s'élève à 21,4 % chez les spectateurs inactifs et à 23,5 % chez les 50 ans ou plus.

### Mode de fréquentation du cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
seul(e)	816	20,0 %	19,3 %
en couple	1 399	34,3 %	38,1 %
en famille avec au moins 1 enfant de - de 15 ans	685	16,8 %	13,7 %
en famille sans enfant de - de 15 ans	249	6,1 %	10,6 %
entre collègues ou entre amis	908	22,3 %	18,3 %
non réponse	16	0,4 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup> Source : CNC - Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### La sortie au cinéma itinérant ne s'improvise pas

Alors que pour l'ensemble des spectateurs, la décision d'aller au cinéma est principalement prise la veille ou le jour même (63,1 %), cette part s'élève seulement à 26,9 % pour les spectateurs de cinéma itinérant. Toutefois, cette part s'élève à 47,3 % pour les 25-49 ans. Pour 72,3 % des spectateurs des circuits itinérants, la prise de décision se fait plusieurs jours à l'avance, contre 36,9 % pour l'ensemble des spectateurs. 74,7 % des spectateurs de 50 ans ou plus décident d'aller au cinéma itinérant plusieurs jours à l'avance, comme 73,0 % des inactifs. Ceci montre le côté évènementiel de la sortie au cinéma dans les communes où il y a un point de projection. La fréquence des séances de cinéma itinérant étant le plus souvent mensuelle ou

bi-mensuelle avec un calendrier établi à l'avance, il est plus aisé pour les spectateurs de prévoir en amont leur sortie au cinéma.

Cette offre explique aussi la fidélité d'une majorité du public, qui se décide à aller au cinéma d'une séance sur l'autre.

### Moment de décision d'aller au cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
la veille	402	9,9 %	31,6 %
le jour même	693	17,0 %	31,5 %
plusieurs jours à l'avance	2 946	72,3 %	36,9 %
non réponse	32	0,8 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC - Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### Le cinéma itinérant, une proximité d'abord géographique

Les circuits itinérants viennent au plus près des habitants et la proximité est un atout autant qu'une nécessité : 77,6 % des spectateurs du cinéma itinérant mettent moins de dix minutes pour se rendre sur le lieu de projection, alors que cette part s'élève à 39,8 % pour l'ensemble des spectateurs. Pour 40,7 % des spectateurs de l'itinérance, moins de 5 minutes sont nécessaires pour se rendre sur le lieu de projection, contre 8,7 % pour l'ensemble des spectateurs.

Plus la durée du trajet s'allonge, plus l'écart se creuse entre les deux typologies de spectateurs : ils ne sont que 22,0 % à mettre plus de 10 minutes pour venir dans un cinéma itinérant, alors qu'ils sont 60,2 % pour l'ensemble des spectateurs.

### Le temps est le même pour tous

La grande majorité des spectateurs interrogés (85,5 %), se répartissent entre ceux qui n'ont pas de préférence pour un type de cinéma particulier (54,4 %) et ceux qui ont une préférence pour un cinéma itinérant (31,2 %). Pour ces deux groupes, le temps de déplacement pour se rendre sur le point de projection est le même : moins de 5 minutes pour 39,5 % du premier et 39,8 % du second, et entre 5 et 10 minutes pour respectivement 38,0 % et 38,8 %.

En revanche, les spectateurs qui ont une préférence pour un cinéma fixe situé en centre-ville ou un multiplexe situé en centre-ville sont plus nombreux (48,1 % et 46,0 %) à mettre moins de 5 minutes pour aller au point de projection du cinéma itinérant, ce qui pourrait indiquer que la proximité est un facteur favorable à la fréquentation d'un type de cinéma qui n'est pas forcément leur premier choix.

### Durée du trajet pour aller au cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
moins de 5 minutes	1 657	40,7%	8,7 %
entre 5 et 10 minutes	1 505	37,0 %	31,1 %
entre 10 et 20 minutes	681	16,7%	34,9 %
entre 20 et 30 minutes	161	4,0 %	17,5 %
plus de 30 minutes	53	1,3 %	7,8 %
non réponse	16	0,4 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### À pied ou en voiture

Cette proximité des points de projection avec les habitants explique que la part des spectateurs qui se rendent à pied au cinéma itinérant est plus importante (26,7 %) que pour l'ensemble des spectateurs (11,0 %).

Comme pour l'ensemble des spectateurs (69,1 %), le public des circuits itinérants se rend principalement au point de projection en voiture (71,9 %). Les autres modes de transports sont très minoritaires, les transports en commun étant peu répandus dans les lieux concernés (17,3 % pour l'ensemble des spectateurs).

### Moyen de transport utilisé pour aller au cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
une voiture	2 928	71,9 %	69,1 %
un taxi	0	0,0 %	0,8 %
les transports en commun	13	0,3 %	17,3 %
un deux-roues (moto, vélo,...)	28	0,7 %	1,8 %
j'y suis allé(e) à pied	1 088	26,7 %	11,0 %
non réponse	16	0,4 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### 2 - une proximité bénéfique

En 2019, 54,5 % des spectateurs de cinéma déclarent prendre connaissance de l'horaire de la séance sur internet. Cette part n'est que de 8,7 % pour les spectateurs de l'itinérance. Ces derniers privilégient le programme édité par le circuit lui-même à 39,7 %, contre 18,2 % pour l'ensemble des spectateurs. Cette part s'élève à 41,5 % pour les spectateurs inactifs et à 44,3 % pour les spectateurs de 50 ans ou plus.

Le bouche-à-oreille est également important pour le public du cinéma itinérant puisqu'ils sont 19,1 % à déclarer que quelqu'un de leur entourage leur a

communiqué l'horaire de la séance (3,9 % pour l'ensemble des spectateurs). L'impact du bouche-à-oreille est encore plus élevé chez les 15-24 ans : ils sont 39,3 % à y avoir été sensibles.

10,6 % des personnes interrogées disent avoir eu connaissance de la séance en passant devant le cinéma itinérant (contre 12,7 % pour l'ensemble des spectateurs). Mais alors que le spectateur du cinéma itinérant, en passant devant le point de projection, est informé de la séance programmée dans le village - le jour, l'heure, le film - celui du cinéma en général y trouve plutôt le déclencheur de sa décision d'aller au cinéma, en choisissant une séance précise et/ou un film particulier parmi d'autres possibilités.

### Mode de connaissance de la séance du cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
en passant devant le cinéma (itinérant)	431	10,6 %	12,7 % <sup>2</sup>
en consultant le programme édité par le cinéma (papier / numérique)	1 615	39,7 %	18,2 %
en surfant sur internet	353	8,7 %	54,5 %
en achetant un hebdomadaire de cinéma	8	0,2 %	1,6 %
en achetant la presse quotidienne régionale	113	2,8 %	3,4 %
en appelant le service téléphonique du cinéma	8	0,2 %	0,8 %
quelqu'un de votre entourage vous a communiqué l'horaire	778	19,1 %	3,9 %
affichage / flyer	128	3,1 %	-
communication par un service public (mairie, école, office de tourisme)	66	1,6 %	-
autre	521	12,8 %	4,8 %
non réponse	52	1,3 %	
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.  
<sup>2</sup> En passant devant le cinéma.

### Un public d'habitué, mais il faut bien une première fois !

Comme énoncé précédemment, le public du cinéma itinérant est principalement un public d'habitué. Pour conforter cette idée, 88,3 % des personnes interrogées ont déclaré que ce n'était pas la première fois qu'ils fréquentaient un cinéma itinérant. Cette part s'élève à 91,6 % chez les 50 ans ou plus.

Les personnes déclarant venir pour la première fois sont notamment des spectateurs de passage, en vacances par exemple, des personnes venues accompagner un

parent ou des amis et aussi des spectateurs venus pour voir un film particulier.

Alors que 11,2 % des répondants ont déclaré venir pour la première fois dans ce cinéma itinérant, 13,0 % des CSP- sont dans ce cas, 18,9 % des 25-49 ans et 24,7 % des 15-24 ans.

Parmi les personnes interrogées s'étant rendu au cinéma itinérant pour la première fois, se trouvent des spectateurs qui n'ont pas de préférence pour un genre de cinéma particulier (13,2 %), ceux qui préfèrent un multiplexe de centre-ville (17,2 %) et ceux qui préfèrent un cinéma de centre-ville (23,3 %). Dans cette logique, les néo-spectateurs dont le cinéma itinérant est le type de cinéma préféré ne sont que 3,2 %.

### Première fréquentation d'un cinéma itinérant

	valeur absolue	répartition
non	3 598	88,3 %
oui	457	11,2 %
non réponse	18	0,4 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

### Le cinéma itinérant : la proximité n'est pas la seule raison

Des critères de localisation géographique et de tarification déterminent le choix du cinéma itinérant. La proximité du domicile (73,5 % en 2019) est l'argument le plus cité par les personnes interrogées (71,9 % pour l'ensemble des spectateurs), du fait que dans ces territoires ruraux, la seule possibilité pour certains d'aller au cinéma est la présence de ce point de projection. Cela est d'autant plus important pour les 50 ans ou plus (74,0 %), pour les CSP- (74,3 %) et pour les moins de 14 ans (77,0 %).

La politique tarifaire de la salle apparaît comme déterminante pour 35,6 % des spectateurs de l'itinérance, contre seulement 14,2 % pour l'ensemble des spectateurs. Dans le contexte socio-économique des territoires ruraux et compte tenu du profil global d'un public où les classes les plus aisées ne sont pas les plus nombreuses, cet aspect des choses n'est pas négligeable. Et de fait, le prix du billet dans les cinémas itinérants est inférieur, dans l'ensemble, aux tarifs pratiqués dans les salles fixes. Les plus sensibles au prix du billet sont les 25-49 ans (39,5 %) et les CSP- (41,4 %).

La richesse de l'offre apparaît comme le troisième déterminant du choix du circuit itinérant avec 34,0 % des répondants (36,1 % des 50 ans ou plus et 36,9 % des CSP+), contre 22,6 % pour l'ensemble des spectateurs, ce qui peut paraître surprenant pour des circuits qui ne proposent la plupart du temps qu'un film une ou deux

fois par mois. Il semblerait que cette réponse s'apprécie davantage en termes de satisfaction pour l'ensemble de la programmation proposée et signifie que les films projetés correspondent majoritairement aux attentes du public, ou a minima que le choix du film n'est peut-être pas aussi impératif que pour les spectateurs des cinémas de ville, où la pluralité existe.

La facilité de l'accès au circuit est déterminante pour 33,2 % des spectateurs de l'itinérance, contre 28,0 % pour l'ensemble des spectateurs. Par ailleurs 17,0 % des répondants déclarent que la possession d'une carte d'abonnement détermine leur choix quant à la fréquentation de ce circuit. Cette part s'élève à 20,6 % chez les 50 ans ou plus. La carte d'abonnement est davantage une carte de fidélité lorsque nous avons moins de possibilité de choix d'aller ailleurs.

En revanche, le confort de la salle qui est, pour l'ensemble des spectateurs de cinéma, le deuxième critère (28,0 %) de choix d'un établissement, ne représente que le cinquième pour les spectateurs de l'itinérance (19,9 %).

### Déterminants du choix du cinéma itinérant fréquenté

	oui	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
c'est le plus proche de mon domicile	2 994	73,5 %	71,9 %
c'est le plus proche de mon lieu de travail	57	1,4 %	3,5 %
j'ai une carte d'abonnement	694	17,0 %	6,0 %
le prix du billet est réduit	1 450	35,6 %	14,2 %
l'offre de film est riche	1 384	34,0 %	22,6 %
le cinéma est confortable	809	19,9 %	28,0 %
il est facile d'accès	1 351	33,2 %	28,0 %
autre(s) raison(s)	327	8,0 %	1,3 %

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

## II - Le public et son rapport au cinéma

### A - Un fort taux de satisfaction

Le cinéma itinérant bénéficie auprès des spectateurs d'une excellente image générale, puisque moins de 1 % des personnes interrogées déclarent la trouver *peu* ou *pas du tout satisfaisante*.

De fait, 95,8 % des spectateurs estiment que cette image est satisfaisante, et ils sont six sur dix (59,3 %) à la trouver très satisfaisante. L'image générale des cinémas itinérants est jugée satisfaisante par presque tous les spectateurs, avec une répartition

proportionnelle très homogène des diverses catégories socio-professionnelles.

Ce résultat est logique, dans la mesure où les spectateurs interrogés, qui se déclarent majoritairement satisfaits de ce que leur offrent les cinémas itinérants, sont parfaitement conscients qu'ils ne pourraient pas bénéficier de cette offre culturelle sans eux.

### L'image des cinémas itinérants perçue par les spectateurs

	valeur absolue	répartition
très satisfaisante	2 414	59,3 %
assez satisfaisante	1 488	36,5 %
peu satisfaisante	30	0,7 %
pas du tout satisfaisante	2	0,0 %
non réponse	139	3,4 %
<b>total</b>	<b>4 073</b>	<b>100,0 %</b>

### Une satisfaction générale, et quelques nuances

L'appréciation des spectateurs de cinéma itinérant vis-à-vis des services offerts par les points de projection est importante. Le taux de satisfaction est très élevé pour la plupart des critères sur lesquels ils sont interrogés et tout particulièrement sur des critères tels que l'accueil (99,6 % des spectateurs de l'itinérance, contre 91,2 % pour l'ensemble des spectateurs), le temps d'attente pour l'obtention des billets (99,6 %, contre 90,9 % tous spectateurs) ou encore la propreté de la salle (99,3 %, contre 87,4 % tous spectateurs). La taille de la salle ainsi que la taille de l'écran sont également estimées favorablement par les spectateurs des cinémas itinérants : 98,3 % se déclarent satisfaits de la taille de la salle en 2019 (contre 93,8 % tous spectateurs) et 97,8 % de la taille de l'écran (95,9 % tous spectateurs). Ces appréciations diffèrent peu selon les tranches d'âge ou les catégories socio-professionnelles.

L'élément remportant le moins de suffrages est le confort des fauteuils avec 71,7 % de spectateurs de l'itinérance satisfaits, contre 88,5 % pour l'ensemble des spectateurs. C'est un point de fragilité des cinémas itinérants qui utilisent souvent des salles polyvalentes rarement dotées de sièges de qualité.

### Appréciation du service des cinémas itinérants (% de spectateurs très et assez satisfaits)

	très et assez satisfait(e)	%	Pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
accueil	3 860	99,6 %	91,2 %
temps d'attente pour obtenir vos billets	3 770	99,6 %	90,9 %
propreté de la salle	3 806	99,3 %	87,4 %
conditions d'attente avant d'entrer dans la salle	3 701	98,8 %	88,8 %
possibilités de stationnement à proximité	3 653	98,3 %	80,7 %
taille de la salle	3 684	98,3 %	93,8 %
choix du film proposé	3 769	98,1 %	-
taille de l'écran	3 797	97,8 %	95,9 %
fréquence de projection des films	3 446	93,8 %	-
confort des fauteuils	2 777	71,7 %	88,5 %

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

### B - Un cinéma accessible

Le cinéma itinérant est perçu par 96,2 % des répondants comme un cinéma convivial. Cette part atteint 96,8 % pour les 25-49 ans et 97,2 % pour les CSP+. La nature particulière du cinéma itinérant explique ce sentiment de convivialité. Ce n'est pas seulement un lieu de diffusion cinématographique, c'est aussi un lieu de vie avec la présence et le rôle important des bénévoles, habitants du village, la proximité avec les projectionnistes et l'équipe du circuit, l'accueil personnalisé et les séances souvent accompagnées (films présentés par les bénévoles suivis d'une discussion autour d'un verre, séance avec intervenant connu localement, soirée débat sur une thématique d'intérêt local...).

Pour compléter cette notion de convivialité, 71,6 % des répondants estiment que le cinéma itinérant permet d'échanger avec d'autres personnes (75,8 % des CSP+).

Plus de la moitié des spectateurs des circuits itinérants déclarent que le cinéma itinérant apporte un autre regard sur les films (53,1 %) et est dynamique en termes d'animation (51,5 %). Par contre, la modernité du lieu (42,7 %) n'est pas l'élément qui rencontre le plus d'approbation du public. Toutefois, les 15-24 ans sont 51,3 % à trouver que le cinéma itinérant est moderne.

### Perception du cinéma itinérant

	oui	répartition <sup>1</sup>
cinéma convivial	3 855	96,2 %
cinéma qui permet d'échanger avec d'autres personnes	2 858	71,6 %
cinéma qui apporte un autre regard sur les films	2 093	53,1 %
cinéma dynamique en termes d'animations	2 024	51,5 %
cinéma moderne	1 681	42,7 %

<sup>1</sup> Base : hors non répondants.

#### Une programmation bien accueillie ...

90,6 % des spectateurs du cinéma itinérant estiment que la programmation qui leur est proposée est variée. Cette appréciation est en phase avec l'ambition déclarée de la plupart des circuits de proposer une offre cinématographique qui associe cinéma de qualité et satisfaction du plus grand nombre. Par ailleurs, 77,6 % des répondants pensent également que la programmation est adaptée à tous les publics. Cela concerne plus de 80 % des moins de 50 ans et des CSP-.

Toutefois 10,9 % du public estime que la programmation des cinémas itinérants est difficile et 17,0 % qu'elle est spécialisée dans les films en version originale. Il est vrai que beaucoup de circuits itinérants sont classés Art et Essai et font des choix de programmation assez exigeants.

C'est sans doute pour cela que 13,2 % des spectateurs déclarent que les circuits ne proposent pas les films qu'ils souhaiteraient voir. Cette appréciation peut fonctionner dans les deux sens, certains préférant voir des films dits « grand public » ou à l'inverse, des films Art et Essai plus confidentiels.

#### La programmation des cinémas itinérants est...

	oui	répartition <sup>1</sup>
variée	3 457	90,6 %
adaptée à tous les publics	2 959	77,6 %
spécialisée dans les films en version originale	648	17,0 %
ne propose pas les films que vous voulez voir	503	13,2 %
difficile	415	10,9 %

<sup>1</sup> Base : hors non répondants.

#### C - Un cinéma apprécié

Que ce soit pour l'ensemble des spectateurs (96,7 %) ou pour le public des circuits itinérants (89,3 %), aller au cinéma est avant tout l'occasion de découvrir un nouveau film. C'est d'autant plus le cas pour les CSP+ (91,2 %) et pour les 15-24 ans (97,3 %). Toutefois, alors que l'opportunité de voir un film dans de bonnes conditions est citée par 94,1 % de l'ensemble des

spectateurs de cinéma, cette part s'élève à seulement 63,6 % des spectateurs de l'itinérance en 2019 (57,8 % des 50 ans ou plus), rejoignant les déclarations précédentes sur le confort des points de projection.

La sortie au cinéma est un divertissement, un loisir pour 83,8 % des spectateurs des circuits itinérants (96,6 % pour l'ensemble des spectateurs), atteignant plus de 90 % pour les 15-49 ans. Elle ne représente une sortie exceptionnelle que pour 21,9 % de ce public (60,8 % tous spectateurs confondus). Si la sortie au cinéma n'est pas exceptionnelle pour presque 80 % des répondants, c'est peut-être parce que le cinéma itinérant s'inscrit dans la proximité et génère un lien étroit avec son environnement. La plupart des spectateurs sont fidèles et assistent assez régulièrement aux séances. Toutefois, la moitié des spectateurs des cinémas itinérants de moins de 14 ans considère la sortie au cinéma comme exceptionnelle (50,3 %).

L'occasion d'une sortie entre amis est citée par 44,1 % des répondants, atteignant 77,3 % chez les 15-24 ans. L'occasion d'une sortie en famille est mentionnée par 47,6 % des spectateurs de l'itinérance (65,6 % des CSP-, 77,8 % des 25-49 ans et 83,6 % des moins de 14 ans).

#### Représentation de la sortie au cinéma

	oui	répartition <sup>1</sup>	pratiques cinématographiques 2019 <sup>2</sup>
occasion de découvrir un nouveau film	3 564	89,3 %	96,7 %
un divertissement, un loisir	3 297	83,8 %	96,6 %
opportunité de voir un film dans de bonnes conditions	2 540	63,6 %	94,1 %
occasion d'une sortie en famille	1 902	47,6 %	72,9 %
occasion d'une sortie entre amis	1 759	44,1 %	66,0 %
une sortie exceptionnelle	873	21,9 %	60,8 %

<sup>1</sup> Base : hors non répondants.

<sup>2</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

#### D - Pas seulement le cinéma...

Le questionnaire servant de base à cette étude incluait une question plus générale sur les pratiques culturelles des spectateurs en dehors du cinéma, et en particulier sur la fréquentation des lieux culturels et de loisirs au cours de l'année.

Même si la tentation de valoriser son propre comportement existe, les réponses à cette interrogation donnent des spectateurs du cinéma itinérant l'image d'un public ouvert sur la plupart des secteurs artistiques et culturels, consommateur de lieux dédiés et de manifestations.

La comparaison avec les résultats de cette même question posée aux spectateurs du cinéma en général dessine une hiérarchie assez voisine pour les deux publics dans la fréquentation des lieux et événements culturels, à quelques exceptions près.

Pourtant, la plupart des équipements ou des événements retenus dans la question sont généralement situés dans des communes d'une certaine importance et dans les villes, a priori plus accessibles au public du cinéma en général qu'à celui du cinéma itinérant vivant dans des communes rurales souvent très petites. Il faut dire que les propositions contenues dans la question peuvent recouvrir des réalités diverses. Ainsi, un musée peut être national ou très local, un concert peut être donné par un artiste reconnu ou un groupe débutant, et une exposition peut aussi bien proposer les œuvres d'un peintre reconnu que d'un photographe amateur.

En s'en tenant aux données quantitatives qui actent une pratique nettement supérieure des spectateurs du cinéma itinérant, il est possible d'avancer l'explication d'un écart lié au profil du public. Les spectateurs du cinéma itinérant sont nettement plus âgés et principalement retraités. Cela implique sans doute une plus grande disponibilité pour davantage de loisirs.

Exposition, concerts et musées sont les lieux culturels les plus prisés, pour près de la moitié des répondants (entre 48 et 50 %). Il en est de même pour l'ensemble des spectateurs de cinéma mais dans une moindre mesure. Les monuments historiques, salles de spectacles et bibliothèques attirent plus de 40 % des spectateurs de cinéma itinérant en 2019 suivis par le théâtre et les médiathèques.

La fréquentation d'un festival de musique ou de cinéma concerne 19,7 % des répondants, soit trois fois plus que les spectateurs du cinéma en général (6,7 %). Ceci peut sans doute s'expliquer dans le fait que de nombreux circuits itinérants participent à des festivals de cinéma et souvent les organisent.

Quelle que soit l'importance des lieux et événements considérés, et même si la moitié des spectateurs de l'itinérance ont un peu plus de temps à consacrer aux sorties et loisirs culturels, ces résultats témoignent de leur part de pratiques plurielles dont le cinéma est un révélateur.

#### **Avec l'âge, des tendances plus que des différences**

Les données chiffrées de la fréquentation de certains lieux ou événements par chaque catégorie d'âge, au regard de la part qu'elle occupe dans la structure du public des cinémas itinérants, font apparaître quelques

différences comportementales marquées par l'empreinte générationnelle.

Si la fréquentation des musées et la sortie au concert concernent toutes les catégories de la même façon, en proportion de leur place dans le public, les spectateurs âgés de 50 ans ou plus sont un peu plus nombreux à fréquenter les expositions (74,3 %), les théâtres (73,5 %), les galeries d'art (76,3 %) ou l'opéra (74,5 %), que les spectateurs de 25 à 49 ans, dont la part qu'ils occupent dans le public des différents lieux est inférieure de 1 à 3 points à leur part dans le public des cinémas itinérants.

Les 25-49 ans sont en revanche surreprésentés parmi les spectateurs qui fréquentent les bibliothèques et les médiathèques (26,0 % et 28,5 %), les festivals (27,2 %), les salles de spectacles (24,6 %), et même les monuments historiques (24,0 %). Les spectateurs de 50 ans ou plus, en contrepartie, sont naturellement moins présents (3 à 9 points en dessous de ce qu'ils représentent dans le public des cinémas itinérants).

La fréquentation des parcs d'attractions et du cirque accentue cet écart entre les générations ; les 50 ans ou plus ne sont que 43,8 % et 49,8 % à y aller, alors qu'ils forment 71,6 % du public de l'itinérance. Les enfants et les jeunes de moins de 19 ans sont au contraire très représentés.

Parmi les 7,5 % de spectateurs qui n'ont fréquenté aucun lieu ni événement dans les douze derniers mois, les plus âgés sont majoritaires. C'est le cas de 78,0 % des spectateurs de 50 ans et plus, alors que les 25-49 ans ne sont que 15,1 % dans ce cas.

#### **Pratiques culturelles et positionnement social**

La fréquentation des lieux et événements culturels ou de loisirs n'est que partiellement induite par l'appartenance à une catégorie socio-professionnelle. Pour plusieurs d'entre elles (agriculteurs, artisans/commerçants, élèves/étudiants, ouvriers, professions intermédiaires, inactifs ou en recherche d'emploi), cela n'a que peu, voire pas d'incidence.

En revanche, les chefs d'entreprise, cadres, professions intellectuelles supérieures sont proportionnellement surreprésentés au sein du public fréquentant d'autres lieux ou événements culturels, quel que soit le lieu ou l'événement considérés. C'est à peu près la même chose, à un degré moindre, pour les professions intermédiaires.

Les employés, sont surreprésentés parmi les spectateurs allant au cirque (21,0 %) ou dans les parcs d'attraction (24,4 %). La présence d'enfants dans les familles est sans doute la raison de cette surreprésentation des employés ; les jeunes scolarisés sont nombreux à fréquenter les parcs d'attraction.

Bien que cela soit quantitativement négligeable, le cyber-café et la salle de jeux vidéo sont des lieux davantage prisés par les jeunes générations ; les jeunes scolarisés, représentent 33,8 % et 53,4 % des spectateurs de l'itinérance qui y vont.

### Lieux culturels et de loisirs fréquentés par les spectateurs

	oui	répartition	pratiques cinématographiques 2019 <sup>1</sup>
exposition	2 047	50,3 %	24,0 %
concert	2 023	49,7 %	23,7 %
musée	1 958	48,1 %	30,0 %
bibliothèque	1 759	43,2 %	23,9 %
salle de spectacles	1 694	41,6 %	21,0 %
monument historique	1 638	40,2 %	23,9 %
théâtre	1 440	35,4 %	15,6 %
médiathèque	1 252	30,7 %	22,3 %
parc d'attractions	856	21,0 %	24,1 %
festival cinéma / musique	801	19,7 %	6,1 %
galerie d'art	617	15,1 %	9,1 %
cirque	472	11,6 %	6,7 %
opéra	247	6,1 %	3,5 %
salle de jeu vidéo	88	2,2 %	10,1 %
cyber café	71	1,7 %	6,2 %
aucun	304	7,5 %	22,4 %

<sup>1</sup> Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

# Partie 2 :

## Les circuits et leur public : un même engagement, des pratiques différentes

En complément de l'analyse des données statistiques recueillies auprès de vingt circuits, il était important de donner directement la parole à leurs responsables. À partir d'une grille d'entretien (cf. en annexe), ils ont été invités à s'exprimer sur leur relation avec le public, et à ce qu'ils mettent en place pour la faire vivre.

Ces témoignages font apparaître une vision commune du service qu'ils apportent aux populations de leurs territoires, mais aussi des conceptions parfois contraires. Ils complètent et éclairent les données chiffrées, leur donnant un peu de chair indispensable pour évoquer une activité essentiellement humaine.

Cette deuxième partie reprend - avec l'accord de leurs auteurs - des propos tirés des entretiens pour rendre concrète et perceptible la forte relation qui existe entre les cinémas itinérants et leurs publics.

Les propos cités sont issus des entretiens réalisés avec les personnes suivantes :

- Anne Lidove - *CinéLigue Hauts de France*
- Antoine Mularczuk - *CinéLigue Champagne-Ardenne*
- Cédric Boschage - *Ciné Plus en Limousin (Nouvelle-Aquitaine)*
- Cédric Fizet - *Cinérural 60 (Hauts de France)*
- Christophe Jeanpetit - *Ciné Parc (Puy de Dôme / Auvergne - Rhône Alpes)*
- Cyrille Léger - *FDFR 71/Cinéville (Bourgogne Franche Comté)*
- Emilie Parey - *Ciclic/Cinémobile (Centre - Val de Loire)*
- Eric Raguet - *Cinébus (Haute-Savoie / Auvergne Rhône Alpes)*
- Fabrice Caparros - *Ciném'Aude (Occitanie)*
- François Nicolas - *Cinéval (Vaucluse / Région Sud)*

- Gérard Berger - *Cinévasion 43 (Haute-Loire / Auvergne Rhône Alpes)*
- Ginette Chaveneau - *CinéAmbul 72 (Pays de la Loire)*
- Hélène Gentilhomme - *Ecran vagabond du Trièves (Isère / Auvergne Rhône Alpes)*
- Jean-Marie Cayet - *ADAMR-Cinéma de pays (Alpes de Haute-Provence / Région Sud)*
- Marlène Larrouy - *Du cinéma plein mon cartable (Landes / Nouvelle Aquitaine)*
- Nicolas Manceau - *CRPC (Vienne / Nouvelle Aquitaine)*
- Rémi Merle - *CRCATB (Charente / Nouvelle Aquitaine)*
- Vincent Kopf - *Cinéco (Lozère / Occitanie)*
- Yoann Durand (+ Kélian Diriou) - *CinéSeine (Seine-Maritime / Normandie)*

Le cinéma itinérant est souvent né du « désir d'animer des villages où il ne se passait pas grand-chose » et de l'initiative de quelques-uns qui pensaient que c'était « un excellent vecteur pour l'animation recherchée » (Jean Marie Cayet).

Parfois, ils sont issus de la volonté de cinéphilés qui, ne pouvant satisfaire leur passion qu'au prix de longs déplacements, ont un jour décidé d'apporter au plus près de chez eux le « meilleur de l'Art et Essai ».

Aujourd'hui, il existe une diversité d'exploitants itinérants, par la forme juridique, l'environnement géographique (localisation, relief, climat...), le nombre de points de projection ou encore le choix de la programmation. De nombreux circuits n'existent que par l'investissement indispensable des bénévoles, quand d'autres sont dotés d'une équipe importante de salariés.

Certains ont une vocation culturelle affirmée, d'autres une ambition unique de divertissement ; les uns

revendiquent l'exigence des « films d'auteur », les autres privilégient un cinéma plus accessible...

Mais tous ceux qui concourent à l'activité des circuits itinérants, bénévoles et salariés, ont d'abord en commun d'aimer et de défendre le cinéma, dans sa richesse, sa diversité et sa capacité à offrir à tous les publics une ouverture sur le monde.

Le cinéma est, pour ces militants, le vecteur indispensable d'une animation culturelle de proximité, qui éveille le regard, rapproche les gens, éduque et distrait, cultive les émotions de ceux auxquels ils s'adressent.

S'ils constituent souvent les premiers spectateurs des films qu'ils proposent, les responsables, les projectionnistes, les animateurs, les nombreux bénévoles des circuits itinérants s'adressent d'abord à ceux qui vivent dans les territoires, aux habitants des villages ; c'est pour eux - parfois avec eux - qu'ils programment, ce sont eux qu'ils essaient d'intéresser et de retenir, eux qui sont au cœur de leur engagement et qui le justifient : le public.

## I - Le circuit et le public : l'enjeu de la programmation

Parmi les constituants de la relation qui existe entre l'exploitant et son public, la question de la programmation est sans doute le plus important. C'est encore plus vrai pour les cinémas itinérants, non seulement parce que la programmation constitue une bonne part de leur identité, mais aussi parce qu'elle est, directement ou plus souvent indirectement à travers le rôle des bénévoles, déterminée au moins en partie par le public.

### A - Programmer pour ou programmer avec...

Les cinémas itinérants fonctionnent presque tous avec des relais locaux, associations, comités des fêtes ou collectifs informels, voire de simples individus. La place laissée à ces relais détermine le degré d'implication des bénévoles dans le processus de programmation.

Pour certains circuits de cinéma itinérant, la programmation est un domaine réservé à quelques personnes, quand ce n'est pas - plus rarement - à une seule personne, comme par exemple à Ciclic où « la programmation est faite par le coordinateur programmeur, sans concertation avec les relais locaux » (Emilie Parey), ou dans quelques circuits existant sous forme d'entreprise personnelle ou d'établissement public.

Plus fréquemment, il s'agit d'un petit collectif composé des personnes les plus investies et/ou les plus concernées, qui souvent sont garantes du projet de l'association ; celles-ci peuvent d'ailleurs être tout autant salariées, comme à Cinébus : « nous concevons en équipe de direction une offre mensuelle d'une dizaine de films[...]. Cela permet aux associations qui programment localement plusieurs fois par semaine et à celles qui ne programment qu'une fois par mois de choisir selon leurs envies et leurs publics » (Eric Raguét), que bénévoles, comme c'est le cas pour CinéAmbul 72 : « la sélection des films que nous proposons aux communes se fait en petit comité, trois ou quatre personnes dont moi-même et la vice-présidente, avec les conseils de l'adjointe administrative de l'association, qui s'occupe aussi du cinéma Le Royal du Mans » (Ginette Chaveneau).

Autre configuration souvent rencontrée, la programmation est l'affaire collective des bénévoles et des militants. C'est d'abord le cas des circuits dirigés et animés par des personnalités bénévoles qui, souvent, sont là depuis leur création. La place prédominante des bénévoles dans la définition de la programmation, généralement dans une procédure en deux étapes, est confirmée par plusieurs responsables de circuit :

« Notre circuit étant quasi exclusivement animé par des bénévoles, la question ne se pose pas [...] ils sont naturellement associés au choix des films. La programmation est faite par une commission de neuf personnes, mais l'ensemble des bénévoles est sollicité toutes les quatre semaines, pour faire des propositions de films. Ensuite, nous débattons en commission qui représente les deux-tiers des villages du circuit [...] il n'est pas facile de trouver des gens qui comprennent bien leur rôle, et soient capables de se détacher de leurs goûts propres pour défendre un film qu'ils n'apprécient pas forcément mais qui leur paraît bon pour le circuit... » (Hélène Gentilhomme).



« Les bénévoles sont plus qu'associés, puisque ce sont eux qui font l'essentiel, ils projettent, organisent, font la billetterie, la publicité, etc... Ce sont eux aussi qui décident et programment. Les bénévoles de chaque point proposent les films qui les intéressent, puis une commission sélectionne certains films lors de la réunion de programmation, environ toutes les six semaines. L'ensemble des points sont représentés, et la programmation est arrêtée après discussion » (Gérard Berger).

Même lorsque le circuit est animé par un professionnel, les bénévoles peuvent prendre en charge la programmation : « la programmation est choisie de manière collective, par les bénévoles, dans le cadre de réunions trimestrielles. Ainsi, un ou deux films tout public sont choisis pour chaque mois, parmi les coups de cœurs de la centaine de bénévoles investis dans le réseau » (Cyrille Léger).

Entre ces deux pôles, il existe un mode de programmation intermédiaire que pratique une majorité de circuits. Les bénévoles y sont associés aux professionnels dans un régime de liberté sous conditions dans lequel les premiers choisissent les films parmi une présélection souvent réalisée par les seconds, ou en tout cas contrôlée par eux. D'un cadre souple à une feuille de route assez stricte, on trouve à peu près tous les niveaux d'intervention :

- Le cadre horizontal...mais pas trop : « Cinéco met en pratique depuis toujours une véritable démocratie participative, et une méthode de programmation éprouvée depuis 15 ans ». Il y a une réunion trimestrielle qui a pour objectif de choisir les films assez librement, dans le respect d'un cahier des charges. Mais, « le directeur fait en amont des suggestions, suite aux visionnements professionnels, et complète le programme en fonction des besoins » (Vincent Kopf).

- Le cadre vertical : « Les bénévoles choisissent leur(s) film(s) du mois parmi une sélection. Tous les deux mois, nous proposons aux associations locales partenaires une sélection de douze à quinze films établis par l'équipe. Les bénévoles des associations locales choisissent les films pour les deux mois suivants, au minimum deux films, parfois plus. Chacun a sa méthode : il n'y a parfois qu'un seul bénévole qui programme, mais le plus souvent c'est collectif » (Antoine Mularczuk).

Ou dans une autre version : « Depuis 2013, les associations locales sont sollicitées. Sur la base d'une présélection envoyée par l'équipe du CRPC, elles doivent choisir ce qui constituera la programmation. Pour ce faire, elles s'appuient sur des comités de programmation

locaux, font appel à leurs adhérents, et la participation est très bonne » (Nicolas Manceau).

- Le contrôle a posteriori : « nous avons une commission de programmation constituée de bénévoles très motivés, issus des villages des trois circuits. Les participants sont demandeurs et volontaires. La commission se réunit toutes les six semaines, et chacun vient avec des propositions, qu'il expose et défend. Malgré tout c'est moi, en tant que directeur, qui garde le « final cut ». Je joue le rôle du grand public et j'ai une connaissance générale des circuits qui me permet de trancher lorsqu'il y a débat sur un film, si le film me semble pouvoir poser problème par son thème ou une autre raison, ou si le film paraît un peu trop élitiste et en décalage avec notre politique de programmation. Il faut faire en sorte d'éviter les choix trop restrictifs et surtout les choix trop personnels » (François Nicolas).

C'est une constante des circuits de cinéma itinérant, quelle que soit la méthode employée, les bénévoles - et le public qu'ils représentent - sont rarement absents du processus de programmation. Même quand la programmation est prédéfinie ou orientée par l'équipe dirigeante, parce que les responsables du circuit sont les mieux placés pour mettre en œuvre le projet et les orientations de l'association, et qu'ils ont accès professionnellement à l'information, qu'ils participent aux manifestations spécialisées et/ou qu'ils sont en lien avec les réseaux et les institutions.

Un exemple parmi d'autres : « fin août, dans l'une des communes du réseau, les bénévoles du circuit sont invités à une journée de projections. Ils sont environ 90 à y participer chaque année. Au-delà de la convivialité et du plaisir de s'y retrouver, les bénévoles découvrent trois films en avant-première. C'est une journée de découverte qui permet d'échanger sur les films et de parler programmation. Par ailleurs, à l'automne, trois réunions de bassins permettent de réunir les associations, en présence du président de Cinébus, et d'avoir un temps d'échanges et de discussions sur des sujets communs, liés à la programmation, à la communication, aux supports d'information... » (Eric Raguet).

### Les spectateurs interviennent aussi

Il arrive aussi que les spectateurs participent directement au choix des films.

Cela peut être via l'espace de dialogue que propose le site de plusieurs circuits, comme par exemple à CRCATB : « En ce qui concerne les spectateurs, nous n'avons pas de forum ; mais il est possible de laisser des messages sur notre site, et lorsque des spectateurs le font, c'est généralement pour nous parler d'un film qu'ils ont envie de voir » (Rémi Merle), mais de l'avis général, ce n'est pas très efficace. Bien plus souvent, les spectateurs

s'adressent directement à ceux qu'ils côtoient lors des séances, bénévoles ou projectionnistes. Beaucoup en témoignent :

« Nous avons le retour des spectateurs par le relais des opérateurs, qui nous font remonter leurs commentaires, leurs envies » (Fabrice Caparros) ;

« En ce qui concerne les spectateurs, ils ne sont pas vraiment associés ; ils font part de leurs envies aux bénévoles des points, qui entendent leurs éventuelles demandes. Et les prennent en compte. » (Gérard Berger).

« Certaines associations (relais) font participer les spectateurs au choix ; là aussi, chacun a sa méthode. Les mieux organisées ou les plus structurées envoient des propositions par mail aux spectateurs, qui leur répondent de même. D'autres font voter les spectateurs d'un mois sur l'autre parmi cette sélection, en distribuant un papier lors de la séance pour choisir le film de la séance suivante... La prise en compte des spectateurs peut se faire de façon assez informelle, et par le contact direct. Ils s'adressent directement aux bénévoles pour faire part de leurs envies, ou transmettent leurs demandes comme leurs doléances aux projectionnistes ou à nous-mêmes » (Antoine Mularczuk).

« Les spectateurs peuvent intervenir en amont - et ils ne s'en privent pas - soit en faisant part de leur demande de films via la possibilité de contact de notre site, soit plus directement en exprimant leurs souhaits auprès des bénévoles localement. Et comme les bénévoles sont systématiquement interrogés dix jours avant la commission, ils nous font remonter ces demandes » (Hélène Gentilhomme).



« Il arrive même souvent que les spectateurs soient associés à la programmation, les associations disposant souvent d'une liste des spectateurs à qui ils soumettent les films proposés pour demander leur préférence » (Cédric Boschage).

« Il y a bien un formulaire en ligne pour un contact direct, peu utilisé, mais les spectateurs expriment directement leurs désirs de programmation. S'ils souhaitent voir un film particulier, ils le disent aux bénévoles quand ils les rencontrent, sur le marché ou ailleurs, ou encore ils me le demandent quand je fais les projections. Il arrive même parfois qu'ils me demandent un film en m'appelant sur mon portable ! » (Marlène Larrouy).

## B - La programmation, chacun ses choix

La plupart des cinémas itinérants pourraient partager la profession de foi que Ciné'Ambul 72 annonce sur son site : « Les objectifs de l'association sont de promouvoir un cinéma comme moyen de culture populaire, à la portée de tous, tout en créant du lien social ».

Les circuits de cinéma itinérant ont beaucoup en commun, mais ils ne se ressemblent pas tous, et leur rapport au public, préoccupation majeure traduite par le contenu et la méthode de programmation, ne se vit pas à l'identique. De nombreux circuits interrogés commencent par répondre qu'il n'y a pas de ligne éditoriale affirmée, avant de révéler au fil du discours des priorités ou des interdits qui en marquent les limites et qui dessinent les contours d'un véritable choix de programmation.

Trois attitudes différentes, trois « écoles » émergent, dans le processus de programmation, auxquelles s'ajoutent deux éléments qui interagissent avec lui : l'Art et Essai et la question du Jeune public.

### 1 - Une programmation généraliste

Pour une partie d'entre eux, les cinémas itinérants revendiquent, avec des nuances, une démarche ouverte, une offre de films assez large pour satisfaire le plus grand nombre et qui constitue l'essentiel de la programmation régulière, ce qui n'exclut pas d'autres choix pour des publics ou des projets particuliers. Les termes employés sont assez proches et le sens des propos est le même :

« notre programmation est volontairement généraliste et va des succès populaires aux films d'auteurs... » (Emilie Parey).

« nous avons une proposition mensuelle très large de films, pour une grande diversité de programmation... » (Anne Lidove).

« Nous parlons de programmation éclectique et notre propos est de proposer un large éventail de films afin de toucher tous les publics... » (Marlène Larrouy).

« une programmation mensuelle, composée de huit à dix films récents, grand public » (Cédric Fizet).

En résumé, « C'est pourquoi il n'y a pas de ligne directrice

*de programmation. Les communes, [...] ont l'objectif d'offrir aux habitants « un service cinématographique de proximité » avec l'ambition de proposer une programmation à la fois familiale, éclectique et de qualité, grand public ou Art et Essai » (Yoann Durand).*

En réalité, pour ces circuits, et au-delà des déclarations liminaires, on s'aperçoit vite que la démarche de programmation est plus subtile et intègre d'autres paramètres.

Pour d'autres, en revanche, il s'agit d'une politique clairement affirmée et souvent argumentée :

*« Nous avons donc dès le départ souhaité présenter des films qui plaisent au plus grand nombre, qui soient accessibles à tous, dans un esprit de divertissement. C'est toujours ce choix de programmation qui existe aujourd'hui : une proposition de films récents, dont on parle, qui répondent aux demandes du public de nos villages et satisfont leur envie de distraction. C'est pourquoi nous privilégions les comédies, les films plus « commerciaux » (Jean Marie Cayet).*

*« Nous programmons essentiellement des films de divertissement... Il est très difficile de s'éloigner de cette ligne de programmation et de proposer un autre genre de cinéma que des comédies françaises. Il arrive parfois que nous programmions un film un peu différent en l'annonçant comme une comédie - et la plupart du temps il est apprécié - mais nous ne programmons presque jamais de films étrangers, et jamais en version originale » (Ginette Chaveneau).*

*« Les films que nous proposons sont parfois confidentiels, parfois très grand public [...]. Il n'y a pas vraiment de ligne directrice pour le choix des films tout public, même si une appétence pour les films français est tout de même visible. Nous essayons d'avoir un éventail assez large, de proposer un choix équilibré et nous faisons attention à respecter un délai de sortie de six semaines afin de ne pas interférer avec les collègues des salles fixes de proximité » (Cédric Boschage).*

Les circuits qui partagent cette vision privilégient un cinéma de divertissement, plus accessible ou plus populaire, autant de mots qui pourraient résonner péjorativement, mais qui expriment seulement une réticence vis à vis des films Art et Essai, dont ils pensent qu'ils ne correspondent pas à la ligne à suivre pour satisfaire leur public. Jean-Marie Cayet résume bien cette position : *« Cela ne veut pas dire que nous refusons les films Art et Essai, il y en a dans notre programmation ; pas parce qu'ils sont recommandés Art et Essai, mais parce qu'ils correspondent à nos critères (contenu, actualité, le fait que l'on en parle...). Mais ces films ne sont pas revendiqués comme Art et Essai, on ne le dit pas ! ».*

La plupart du temps, ces cinémas itinérants recherchent une programmation généraliste et visent la satisfaction du plus grand nombre, c'est à dire qu'ils s'adressent à un maximum de gens tout en défendant un cinéma de qualité, assez diversifié pour n'exclure personne :

*« Les spectateurs que nous rencontrons ne veulent pas ou ne peuvent pas se déplacer pour fréquenter les salles fixes. Nous tenons à leur proposer un certain nombre de titres événementiels (c'est-à-dire les films dont on parle, dont on est sûr qu'ils auront du succès) afin de maintenir avec eux ce lien de pratique culturelle » (Antoine Mularczuk).*

*« Notre programmation se veut diversifiée, c'est-à-dire que nous proposons des films de genres très différents, avec comme premier critère de programmation, de prendre des films en sortie nationale, le plus tôt possible après leur sortie. Mais si nous recherchons l'éclectisme, nous avons quand même des lignes de conduite qui guident nos choix. Ainsi, nous programmons des films à succès, que l'on peut dire « populaires », mais dans certaines limites. Certaines productions américaines ou même comédies françaises que nous jugeons vulgaires ou sans intérêt ne sont pas programmées » (Hélène Gentilhomme).*

*« Aujourd'hui, la politique de programmation vise à reconquérir le public et améliorer la fréquentation tout en apportant une ouverture sur les différents aspects du cinéma. C'est pourquoi nous essayons d'avoir une offre équilibrée, qui aborde des genres différents et inclut en général un film Art et Essai à chaque fois .... Notre volonté est d'avoir une programmation diversifiée de qualité, en essayant d'habituer progressivement les gens à des choix plus difficiles, d'avoir une montée en gamme progressive en restant éclectique » (François Nicolas).*

## 2 - Programmer en fonction du projet

Une majorité de circuits fait le choix de la diversité dans la programmation, recherchant le difficile équilibre entre la nécessaire satisfaction d'un public le plus large possible et l'ambitieuse défense d'un cinéma de qualité.

Ceux-là ne considèrent pas seulement le cinéma comme purement récréatif ou divertissant, mais aussi comme un art susceptible de rassembler, d'éduquer, d'enrichir, d'informer. Les animateurs et responsables de ces circuits, bénévoles ou professionnels, veulent proposer au public des films qui apportent de l'émotion, de la réflexion, du rire, de la révolte, du savoir autant que du rêve...

La programmation n'est alors pas neutre ; consciemment ou non, elle intègre des critères de choix définis plus ou moins formellement. Elle doit correspondre au projet.

« Cinébus met en avant ces films via deux labels maison qui sont maintenant bien reconnus et suivis par les associations locales : le label « coup de cœur », qui permet de porter des films vus et particulièrement aimés par les programmeurs et le label « découverte », pour porter les films plus pointus, souvent étrangers. Il n'y a pas de blockbusters dans les choix proposés par Cinébus ! » (Eric Raguet).

« Un cahier des charges prévaut pour établir cette programmation » (Vincent Kopf).

« Le film qu'on peut qualifier « d'Art et Essai grand public » est donc au centre de notre ligne générale de programmation. L'essentiel de notre travail consiste à créer une fidélité des spectateurs afin de les amener à la découverte » (Antoine Mularczuk).

« Une certaine exigence de programmation avec une part de cinéma Art et Essai [...]. C'est un choix assumé d'une programmation exigeante, qui peut fragiliser notre fréquentation lorsqu'on programme certains documentaires ou certains films en V.O. » (Christophe Jeanpetit).

« Une programmation trimestrielle de films à contenus citoyens, assortis de pistes pour organiser débats et rencontres à l'occasion de leur projection. Les partenaires locaux sont incités à prendre en charge une communication et un moment convivial à cette occasion » (Cédric Fizet).

Pour de nombreux exploitants de cinéma itinérant, qui se sont engagés dans l'animation culturelle de leurs territoires de vie à travers le cinéma, l'approche du public par la programmation se résume souvent à résoudre cette équation : combiner goût personnel, satisfaction de tous les publics et nécessité économique...

### 3 - Une programmation adaptée

Il arrive aussi que cohabitent des approches différentes au sein d'un même cinéma itinérant, au sein d'une même association. Il s'agit la plupart du temps de secteurs (géographiques) différenciés, animés par des associations relais ou des bénévoles ayant leur propre idée du cinéma, et une conception parfois opposée de ce qu'ils souhaitent offrir au public. Généralement, ces choix sont confortés par le temps et par la fidélité des spectateurs qui ne se privent pas, à l'occasion, de faire connaître leur avis et leurs envies. Les circuits de Charente ou des Landes par exemple, illustrent cette diversité de projets et d'approches du public au sein d'un même circuit.

« [...] Nous avons trois circuits, à la pratique bien différenciée. Il y a ce que nous appelons le circuit 1,

qui comprend les cinq ou six communes « historiques », qui ne fonctionnent qu'avec des bénévoles et qui proposent des films plutôt grand public, accessibles au plus grand nombre, et à des prix très bas. Le circuit 2 regroupe des communes qui ont gardé une pratique différente... la programmation est portée par des bénévoles très cinéphiles, qui [...] proposent plutôt des films dits « d'auteur », des films un peu plus exigeants, souvent en V.O. ou recommandés Art et Essai. Et une commune fonctionne un peu à part, car elle possède une « vraie » salle équipée d'un projecteur fixe. Les bénévoles sont très autonomes et également très cinéphiles ; leur politique de programmation fait la part belle aux films de qualité, moins grand public, aux films Art et Essai » (Rémi Merle).

« Il y a trois secteurs assez différenciés... Chaque secteur est animé par des associations partenaires qui n'ont pas vraiment la même vision. [...] au nord des Landes, l'association Ciné Première privilégie les films Art et Essai, et à Pouillon, avec l'association Imag'in, c'est assez équilibré, moitié/moitié. En revanche, en Chalosse, les villages de la communauté de communes [...] préfèrent nettement les films plus populaires, les comédies françaises ... » (Marlène Larrouy).



Pour d'autres, la tentation est grande de jouer sur la proximité des communes dans un espace relativement restreint et de proposer des films de genres différents : une façon de satisfaire tout le monde, sans renoncer à ses exigences de programmation. Il suffit au public de se déplacer un peu pour voir le film qui lui convient : « dans le souci de répondre le plus possible aux demandes des spectateurs, nous avons modulé la programmation en l'organisant par tiers : un tiers des lieux ne présentent que des films Art et Essai ; un deuxième tiers a une offre intermédiaire, et un dernier tiers propose des films plus « grand public » [...]. Les programmations fonctionnent en parallèle. Comme les lieux ne sont pas trop éloignés, il est possible de se déplacer pour aller voir le film que l'on préfère » (Christophe Jeanpetit).

Nombreux sont les circuits qui ne recherchent pas la facilité dans le rapport avec le public, et ne renoncent pas à défendre leur vision du cinéma. Mais cette ambition n'a de sens que si elle rencontre l'adhésion, au moins partielle, de ce public. Ce qui amène à prendre en compte des critères de différenciation pour adapter la programmation à la personnalité, donc aux attentes, des spectateurs ... Ainsi dans l'Aude : « nous prenons en compte les particularités de notre territoire et les différences assez sensibles entre littoral et les zones plus montagneuses de l'intérieur [...]. Ainsi, dans la montagne, nos points de projection sont situés dans des communes de moins de 500 habitants où vivent beaucoup de retraités, anciens cadres ou professions intellectuelles ayant ce choix de vie, qui constituent un public en recherche d'activité culturelle de qualité, très cinéphile. L'Art et Essai représente 80 % de la programmation ». « Au contraire, les communes du littoral sont plus importantes et contrastées, passant de 6 000 habitants en hiver à parfois 40 000 résidents l'été. La population sédentaire plus diversifiée, plus « classique » et l'apport de touristes nous amènent à moduler un peu nos choix et à proposer une programmation partagée dans laquelle l'Art et Essai ne représente que 50 %... » (Francis Caparros).



Le militantisme des itinérants n'est jamais bien loin. Comme le dit un des responsables interviewés, l'essentiel du travail de ceux qui animent les circuits, bénévoles ou professionnels, consiste à créer un lien de fidélité et de confiance avec leurs spectateurs, afin de les amener à découvrir et apprécier des films vers lesquels ils ne seraient pas allés spontanément.

« Ainsi, le socle de notre offre est constitué de films Art et Essai porteurs, les grands rendez-vous du cinéma d'auteur [...]. Nous profitons de ce socle pour ensuite encourager nos spectateurs à nous suivre sur des films moins médiatisés ou plus difficiles mais que nous aimons sans réserve » (Antoine Mularczuk).

#### 4 -L'Art et Essai en question(s)

Le cinéma d'Art et Essai est souvent au cœur de la programmation des cinémas itinérants, aussi bien pour s'en défendre parfois que, plus fréquemment, pour s'en prévaloir. C'est un axe autour duquel s'articule la réflexion des programmeurs et s'affrontent les avis.

Pour les uns, c'est le risque de films difficiles, qui ne pourront pas réunir la diversité du public et ne correspondent pas à l'objectif de divertissement qu'ils recherchent.

Pour les autres, majoritaires au sein de l'échantillon interrogé, c'est la caution d'une programmation de qualité et la condition de l'exposition du meilleur de la création cinématographique.

Cela ne signifie pas pour autant que les premiers s'interdisent de programmer des films recommandés mais simplement qu'ils n'en font pas un critère de programmation ; alors que les seconds font de l'Art et Essai la base de leur proposition de programmation, éventuellement complétée par des films grand public attendus et rassembleurs.

Dans la première catégorie, les circuits ont comme principal, parfois unique objectif, de divertir et de répondre aux attentes exprimées ou supposées des spectateurs ; « c'est pourquoi », dit Jean-Marie Cayet, « nous privilégions les comédies, les films plus « commerciaux » et ne cherchons pas à programmer des films Art et Essai. En général, ils n'en veulent pas car ils attirent moins de spectateurs ».

Parmi les circuits attachés au critère Art et Essai, ils sont nombreux à affirmer leur engagement à proposer au public, non sans risque parfois, ce genre de films en priorité. L'Art et Essai est alors une priorité :

« Une offre mensuelle d'une dizaine de films, composée de 6 à 7 films classés Art et Essai » (Eric Raguét) ou « une bonne représentation des films Art et Essai et des documentaires » (Nicolas Manceau).

Ou encore : « deux tiers des films proposés sont recommandés Art et Essai, et autant de séances ; sans compter les films jeune public, qui relèvent tous du label également » (Vincent Kopf) et « notre politique de programmation est donc assez exigeante, qui fait une grande place au cinéma Art et Essai, le circuit ayant les trois labels, jeune public, patrimoine, et recherche et découverte ; tous nos films sont projetés en version originale » (Francis Caparros).

« L'Art et Essai représente les trois quarts de la programmation. Les 25 % restants de films hors Art et Essai répondent à des demandes de spectateurs qui souhaitent voir un autre genre de films » (Christophe Jeanpetit).

Il existe une troisième catégorie, intermédiaire, constituée de circuits qui ne font pas des films recommandés une priorité, mais les considèrent comme un ingrédient parmi d'autres d'une programmation généraliste, qui vise à n'oublier personne : « *Il y a aussi, bien sûr, des films Art et Essai, mais ce n'est pas un critère de choix systématique et nous écartons les films un peu trop pointus s'ils ne sont pas accompagnés d'une animation adaptée. Pareil pour les films du patrimoine, c'est compliqué ici [...] nous n'avons pas vraiment le public pour, il y a peu de monde* » (Cédric Boschage) ou « *programmer des films Art et Essai est aussi un choix délibéré ! [...] Aujourd'hui, nous sommes classés Art et Essai, mais nous faisons attention à proposer des films recommandés dont on parle au niveau national, et dont nous pensons qu'ils intéresseront le plus grand nombre* » (Hélène Gentilhomme).

Autre cas de figure, les cinémas itinérants qui proposent quelques films recommandés Art et Essai dans une ligne de programmation notoirement « grand public » ; ces films sont programmés dans quelques communes parce que la plus grande fréquence de projection permet de prendre des risques et de programmer des films moins accessibles : « *... trois communes proposent d'autres films, surtout parce qu'il y a plus de séances qu'ailleurs et parce que localement il y a des bénévoles qui veulent un cinéma plus exigeant. Contrairement aux autres points de projection, qui passent seulement un film tous les quinze jours et même un film par mois, ces trois villages ont plusieurs séances mensuelles ; il est donc plus facile de programmer des films Art et Essai et des films en version originale* » (Ginette Chaveneau).

La programmation est directement constitutive du lien qui unit le cinéma itinérant et les spectateurs, c'est à dire les habitants du territoire. C'est un exercice délicat, les témoignages concordent. Il est difficile pour les programmeurs, bénévoles surtout, forcément passionnés, de se départir de leurs goûts personnels et de leurs préventions.

« *Sous l'influence de certains bénévoles, la politique de programmation était beaucoup trop « exigeante ». Cela s'est ressenti au niveau de la fréquentation. Aujourd'hui, la politique de programmation vise à reconquérir le public tout en apportant une ouverture sur les différents aspects du cinéma. C'est pourquoi nous essayons d'avoir une offre équilibrée et diversifiée, qui aborde des genres différents et inclut en principe un film Art et Essai à chaque fois* » (François Nicolas).

#### 5 - Plus d'exigence pour le jeune public

Il est difficile de parler du public des cinémas itinérants sans porter un éclairage particulier sur le jeune public.

Cette question est importante pour le cinéma en général, autant sur le plan éducatif et culturel que sur le plan économique.

Sur le plan éducatif parce que les enfants et les jeunes sont les spectateurs adultes de demain ; il est essentiel de les « former » et de leur donner le plus tôt possible le goût d'aller dans les salles pour partager un film, en famille d'abord, avec des amis ensuite.

Sur le plan économique, le jeune public représente une part non négligeable des entrées et constitue un apport de recettes dont les cinémas ont besoin.

Les cinémas itinérants vivent la même réalité. Pour nombre d'entre eux, la diffusion pour le jeune public, aussi bien scolaire que non scolaire, est un pan essentiel de leur activité ; ils attachent autant d'importance à l'éducation aux images qu'à l'animation du territoire par le cinéma.

Les circuits de cinéma itinérants sont souvent les seuls opérateurs mobilisables dans les campagnes, et à ce titre, ils sont les partenaires naturels de tous les dispositifs d'éducation aux images.



« *Pour le temps scolaire, le Cinémobile participe à l'accueil des dispositifs d'éducation aux images en priorité (6 000 élèves pour l'ensemble des dispositifs, de la maternelle au lycée à la rentrée 2019/2020, soit plus de 16 000 entrées réalisées dans ce cadre, près de 30 % des entrées). Restent très peu de disponibilités pour des programmations scolaires en dehors de ces dispositifs* » (Emilie Parey).

« *[...] (le professionnel) organise également l'accueil des dispositifs scolaires dans son réseau. La part des entrées scolaires est très importante, près de 2 000 élèves sont inscrits pour Ecole et cinéma et Collège au cinéma, ce qui représente autant d'entrées trimestrielles* » (Cyrille Léger).

« *Dans le domaine de notre importante action avec les scolaires, et à côté des dispositifs nationaux d'éducation aux images [...] nous avons créé un dispositif local destiné aux écoles maternelles, qui a immédiatement rencontré un gros succès auprès des enseignants et concerne aujourd'hui 2 000 élèves chaque trimestre avec trois films*

*pédagogiquement adaptés diffusés dans l'année [...]. Le jeune public représente la part la plus importante de notre activité, grâce essentiellement au public scolaire (54 %), plus le jeune public hors scolaire à 10 % ; le tout public pesant 36 % de l'activité globale*» (Christophe Jeanpetit).

Mais tous n'ont pas le même niveau d'intervention dans ce domaine, et la part du public scolaire dans l'activité des circuits interrogés varie de 2 % à 58 % - trois d'entre eux atteignent ou dépassent 50 % - avec une moyenne qui se situe à 25 %.

Ces écarts sont d'ailleurs révélateurs des différences de positionnement et de fonctionnement qui peuvent exister entre les circuits. Ce n'est pas une règle absolue, et les contours ne sont pas aussi marqués, mais deux orientations peuvent être distinguées :

- les circuits itinérants, souvent administrés par des bénévoles d'ailleurs, dont l'ambition est d'abord de montrer des films qui intéressent tous les publics et qui, lorsqu'ils programment pour le jeune public, ne le font pas dans un cadre scolaire;
- et les circuits itinérants, où les salariés ont généralement plus de place, qui vivent le cinéma comme un vecteur d'éducation, et qui en plus des projections tout public participent aux dispositifs nationaux d'éducation aux images et proposent des ateliers d'initiation et des animations.

En dehors de cette action particulière qui s'adresse à un public contraint, la plupart des cinémas itinérants a une programmation destinée aux enfants et aux jeunes en parallèle de la programmation tout public. Certains ont des offres adaptées aux jeunes seulement pendant les vacances scolaires, beaucoup proposent des séances tout au long de l'année, parfois avec des temps forts pendant les vacances.

Bien souvent, la manière dont les circuits abordent le cinéma jeune public n'est pas la réplique exacte de la méthode et des objectifs de la programmation tout public. Par exemple, l'intérêt des itinérants pour le cinéma jeune public se manifeste dans la prise en compte des films recommandés Art et Essai.

Parmi les nombreux circuits qui sont classés Art et Essai (75 % des circuits interrogés), la plupart possèdent le label « jeune public ».

Ceux qui privilégient l'Art et Essai dans la programmation tout public le font naturellement, plus encore parfois, pour le jeune public :

*« Deux tiers des films proposés sont recommandés Art et Essai, et autant de séances ; sans compter les films jeune*

*public, qui relèvent tous du label également, sauf à Noël et pendant l'été »* (Vincent Kopf).

*« Une programmation trimestrielle jeune public, composée pour moitié de titres recommandés Art et Essai. Une douzaine de films y figurent, environ quatre pour les tout-petits, quatre pour les 6/12 ans, essentiellement des films d'animation recommandés et quatre plutôt destinés aux adolescents (préadolescents, collégiens) qui comprennent aussi quelques documentaires »* (Cédric Fizet).

Les vacances scolaires sont évidemment des moments privilégiés pour une action de diffusion particulière vis à vis du jeune public ; les enfants et les jeunes sont disponibles, et les sorties en famille facilitées. Beaucoup de circuits de cinéma itinérant mettent à profit ces moments pour concevoir des partenariats :

*« [...] temps fort cinéma jeune public, co-construit avec les partenaires des points [...] et avec le support des communautés de communes concernées. Une trentaine de dates s'articulent sur treize communes, pendant les vacances d'avril : tout-petits, 6/12 ans, adolescents, avec des avant-premières, des sorties nationales, des animations et des ateliers originaux et conçus sur mesure, mêlant le côté ludique et pédagogique [...]. A noter que quasiment toute la programmation est Art et Essai, comprend de très nombreux programmes de courts métrages, dans un territoire rural, les Flandres, qui programment habituellement uniquement les sorties jeune public très commerciales »* (Anne Lidove).

*« Notre politique de programmation envers le jeune public répond à la même démarche. En dehors du temps scolaire, nous proposons des films assez grand public ou « porteurs », mais nous avons aussi une programmation Art et Essai dans le cadre d'un « ciné goûter », avec des animations associées [...]. Nous programmons pour le jeune public uniquement pendant les vacances scolaires,*



*car les essais de programmation hors vacances n'ont pas été concluants* » (Christophe Jeanpetit).

Plus remarquables sont les circuits qui ne cherchent pas forcément à programmer des films Art et Essai pour les adultes, voire qui les évitent, mais n'hésitent pas à le faire pour le jeune public. Est-ce parce que pour ce public-là, le cinéma doit aller au-delà du simple divertissement et avoir une caution éducative ou culturelle ? Ou pour répondre aux attentes souvent exigeantes des partenaires locaux qui veulent des propositions autant éducatives que ludiques ? Il n'est pas rare de constater que dans un même circuit, les critères de programmation des films jeune public sont plus ambitieux que pour la programmation tout public : *« Les films Art et Essai, en revanche, sont surtout programmés lors des séances jeune public »* (Gérard Berger).

*« C'est un peu différent pour les films jeune public [...]. De ce fait, les films « jeune public » recommandés Art et Essai sont très nombreux »* (Marlène Larrouy).

*« On participe à des dispositifs régionaux pour enrichir la diversité de la programmation, notamment pour le jeune public ... : programmation mensuelle de films - dont programmes de courts métrages - Art et Essai pour le très jeune public dans cinq communes du réseau »* (Emilie Parey).

De même, on remarque que les bénévoles qui souvent interviennent dans la programmation des circuits, ont tendance à s'en remettre aux professionnels au moment de choisir les films pour les enfants et les jeunes. Par désintérêt, par manque d'assurance ou par méconnaissance, ou encore par ce qu'ils jugent que c'est l'affaire de spécialistes.

*« La programmation est choisie de manière collective, par les bénévoles, [...] En plus, le programmateur salarié choisit quelques films jeune public, toujours Art et Essai, pour placer ce type de propositions en fin d'après-midi lorsque c'est possible »* (Cyrille Léger).

*« En revanche, c'est un peu différent pour les films jeune public. Les associations locales ne se sentent pas trop compétentes dans ce domaine, et comme notre association est d'abord un organisme d'éducation à l'image, elles me font confiance et me laissent toute liberté pour la programmation »* (Marlène Larrouy).

Les contre exemples existent aussi ; être à l'écoute des attentes du public peut parfois amener un circuit itinérant à renoncer à des choix de programmation qu'il pourrait faire par ailleurs : *« Nous diffusons quatre films pour les adultes et deux films jeune public par quinzaine, et il y a au moins un film recommandé Art et Essai dans le*

*lot, mais rarement pour le jeune public, car les familles ne le souhaitent pas trop »* (François Nicolas).

*« Nous nous adressons à un public adulte ou aux enfants ; nous ne proposons plus de films pour les ados, car ils ne viennent plus... »* (Gérard Berger).

La politique de programmation des circuits itinérants en matière de jeune public n'obéit donc pas à une règle unique. Entre le refus - assez rare - de l'Art et Essai pour la programmation jeune public, et l'attitude inverse, plus fréquente, qui consiste à proposer plus de films recommandés pour les enfants que pour les adultes, il existe aussi de nombreux circuits qui gardent une ligne constante, quel que soit le public concerné.

*« Pour le jeune public (hors scolaires), en plus des propositions intégrées à la sélection, il y a aussi une programmation complémentaire pour les petites vacances, avec entre autres des programmes de courts-métrages, des films pour les tout-petits, en complément de films jeune public « commerciaux » incontournables... »* (Cédric Boschage).

*« Comme nous programmons un film jeune public tous les 15 jours, il est possible d'avoir à la fois des films « grand public », des Disney, et des choix plus exigeants, des films de qualité, recommandés Art et Essai. Notre rôle est aussi de permettre aux enfants de nos villages de voir au cinéma « la Reine des neiges » qu'ils n'ont pas forcément la possibilité d'aller voir en ville... »* (Hélène Gentilhomme).

## II - Le circuit et le public : entre fidélité et nouveau

La première partie de cette étude a démontré que le public des cinémas itinérants est un public plutôt fidèle, qui reste très attaché à un point de projection dont il apprécie la proximité et la convivialité. Mais elle a aussi confirmé que ce public est majoritairement âgé, et que s'il est important de le satisfaire pour qu'il se maintienne, il est indispensable de le renouveler.

### A - Attirer et fidéliser le public

Il n'est pas dans les habitudes, ni même dans la nature des circuits de cinéma itinérant d'avoir une attitude trop offensive vis à vis du public afin de maintenir et augmenter la fréquentation des points de projection, ce qui s'explique également par la relation de proximité qui prévaut.

Pour y parvenir, la plupart des circuits comptent sur deux arguments principaux : une communication adaptée et surtout l'action des relais locaux.

### 1 - Internet ne supplante pas l'affiche...

La technologie numérique intervient de plus en plus dans la diffusion de l'information pour intéresser et faire venir le public. Tous les cinémas itinérants communiquent à travers un site, éventuellement interactif, par messagerie électronique, sur les réseaux sociaux... « *La communication via les réseaux sociaux est très importante, même en milieu rural [...]. Près de la moitié des communes du circuit ont également leur page Facebook et annoncent les séances* » (Nicolas Manceau).

« *... Il y a également, pour certains lieux, l'utilisation des réseaux sociaux ; la création d'une page Facebook spécifique au point de projection et la mise à jour le plus régulièrement possible de la programmation sur le site [...]. D'autres ont constitué des listes de spectateurs pour les contacter par internet* » (Gérard Berger).

« *Certaines associations ont une lettre d'information, ou font des envois réguliers par mail à partir d'un fichier personnalisé de spectateurs ou d'adhérents* » (Rémi Merle).

« *Les mails, les pages Facebook permettent de fidéliser les publics* » (Vincent Kopf).

Mais les formes classiques d'information, radios et journaux locaux, programmes imprimés, distribution de flyers sont très utilisées et restent très efficaces, d'autant plus que « *chez nous, les gens n'aiment pas trop l'informatique, ils préfèrent les programmes papier et les*



*affiches. C'est en général suffisant, on se rend compte qu'ils ont l'information* » (Gérard Berger).

L'affichage, surtout, correspond bien à la dimension territoriale et humaine de l'environnement des circuits. Ainsi qu'à la présence de nombreux bénévoles dans les relais locaux...

« *La fédération [des foyers ruraux] fournit une communication pour chaque point de circuit, adaptée à*

*sa programmation, ainsi que des affiches et des affichettes. C'est d'ailleurs un poste très important de dépenses, 245 petits formats et 45 grands formats par mois...!*

*Par contre, pas de communication culturelle globale, la fréquentation cinéma reste très spécifique et très locale* » (Cyrille Léger).

« *Nous réalisons une information (flyer, affiche ou autre) autour d'un film, ciblée vers un public dont nous pressentons qu'il peut être intéressé par le thème du film* » (Jean-Marie Cayet).

Les circuits de cinéma itinérant ne font pas abstraction des moyens de communication modernes, qu'ils utilisent tous, mais ils sont restés attachés aux moyens classiques, qui leurs semblent être d'une meilleure efficacité et mieux correspondre au lien presque intime qu'ils entretiennent, directement mais surtout à travers les relais locaux, avec leur public. L'adaptation à la réalité locale, la notion de proximité sont de mise.

« *Un programme des séances est imprimé tous les 3 mois, permettant de mettre en valeur toutes les projections et leurs accompagnements avec des contenus cinéphiles sur les films. [...], les bénévoles assurant la diffusion des programmes, l'affichage et le bouche-à-oreille !* » (Vincent Kopf).

« *... Les bénévoles préfèrent le bouche-à-oreille, et parler directement en distribuant le programme* » (Marlène Larrouy).

Contexte encore...

« *Nous veillons également à moderniser la communication, tout en l'adaptant au territoire : nous utilisons plus le papier dans la zone montagneuse, où la population est souvent plus âgée, plus aisée aussi, alors que sur la côte nous privilégions des modes de communication mieux adaptés à une population plus jeune (communication dématérialisée, réseaux sociaux, site internet...)* » (Francis Caparros).

### 2 - Des relais locaux indispensables

« *Il y a dans chaque commune un noyau dur de spectateurs qui vient à chaque séance, systématiquement. Pour toucher les autres, il est nécessaire de s'appuyer sur le tissu local pour mobiliser le public ; c'est difficile de le faire par nous-mêmes, les communes sont trop nombreuses pour se passer de ce relais local* » (Cédric Boschage).

C'est un fait, presque tous les exploitants itinérants s'appuient sur des associations, des comités des fêtes, des collectifs informels, des agents municipaux ou même des personnes seules qui font vivre chaque point

de projection en organisant et encadrant localement les séances, et en se chargeant concrètement de l'accueil et de l'information du public.

Ce sont ces relais locaux, ces bénévoles qui posent les affiches et distribuent les programmes, et souvent discutent chez les commerçants, sur le marché ou dans la rue pour informer les gens du village de la prochaine séance et les inciter à venir.

Pour beaucoup, la vraie communication, la plus efficace en tout cas car elle est adaptée à chaque particularité locale, passe par eux ; de l'action et de l'engagement des bénévoles dépendent bien souvent le dynamisme et la fréquentation d'un point de projection.

« Ce sont les bénévoles locaux qui sont chargés de la mobilisation des publics, grâce aux réunions et aux formations que nous mettons en place et qui leur permettent de se professionnaliser, notamment dans les méthodes de communication. Ainsi, des associations qui développent des newsletters en direction de leurs publics forment les autres à le faire également, ce sont des échanges de bonnes pratiques. De même, sur certaines thématiques, les bénévoles locaux s'appuient sur les réseaux concernés pour mobiliser plus largement les spectateurs » (Eric Raguét).

« ... les communes doivent nommer des relais locaux « correspondants » et diffuser l'information, via les supports fournis par nous et via leurs supports propres [...]. L'engagement des relais locaux est inégal, certains très dynamiques et d'autres moins. Il faut tenter de conserver une équité territoriale. Nous souhaitons aussi renforcer notre réseau de relais locaux, en développant le réseau des bénévoles, issus de la société civile et motivés par la promotion d'une offre cinématographique de proximité et de qualité » (Emilie Parey).

« Mais le meilleur vecteur pour capter le public repose sur les bénévoles de chaque village. Ce sont eux qui distribuent les programmes dans les boîtes aux lettres, sollicitent les panneaux lumineux municipaux, et plus encore discutent directement avec les habitants pour les convaincre de venir aux séances. Le rôle des bénévoles est à cet égard essentiel, même s'il n'est pas tenu de manière identique par tous. Il n'est pas toujours aisé de faire comprendre aux bénévoles que le circuit dépasse les contours de leur village ! » (François Nicolas).

### 3 - La satisfaction, gage de fidélité

Le public des cinémas itinérants est relativement fidèle (cf. 1<sup>ère</sup> partie), et les bénévoles et les relais locaux sont des agents recruteurs plutôt efficaces. Mais cela ne suffit pas à assurer la venue des spectateurs et le maintien de la fréquentation des points de projection.

Chaque cinéma itinérant sait que les acquis sont fragiles et s'interroge sur les meilleurs moyens de préserver et même de renouveler le public.

Première condition, maintenir le rapport chaleureux et direct qui existe entre les spectateurs et les circuits de cinéma itinérant. Tous ou presque insistent sur la convivialité, le sens de l'accueil qui sont consubstantiels des circuits, ainsi que le rappelle Hélène Gentilhomme : « Nos relais dans les villages jouent un rôle important dans ce domaine ; on leur demande d'insister le plus possible sur l'aspect convivial du circuit » ou Fabrice Caparros : « Nous sommes aussi attentifs à l'accueil, et au lien entre salariés, bénévoles et public pour maintenir la convivialité... ».

« Nous axons les projets sur la convivialité, la possibilité d'échanger après le film [...] de travailler les films en amont pour savoir comment et avec quels relais les apporter en salle » (Anne Lidove).

Autre obligation, qui va de soi, rapportée par Jean-Marie Cayet : « Nous pensons que la première stratégie repose sur un service de qualité. Il faut faire attention à ce que l'on propose, s'assurer que les projections prévues auront bien lieu. Les bénévoles sont formés et rappelés aux principes de fonctionnement de l'association... De temps en temps, nous procédons à une sorte d'étude de satisfaction, surtout pour vérifier que le travail est bien fait ».

Mais ce qui rapproche les cinémas itinérants dans leur stratégie de fidélisation du public, ce dont ils témoignent presque tous, c'est une double attention portée à la qualité de l'offre et à son accessibilité.

François Nicolas le résume : « Nous n'avons pas vraiment d'autre stratégie que de remplir au mieux notre mission, en collant au plus près des attentes et des goûts des spectateurs, tout en faisant acte d'éducation en les initiant à des formes différentes de cinéma ». Gérard Berger ne pense pas différemment et dit simplement que « si les choix de programmation [...] satisfont les spectateurs, le bouche-à-oreille fonctionnera, et incitera plus de gens à venir à nos projections ».

« Il nous semble que le premier moyen de fidéliser est d'avoir une offre de films la plus large possible, avec des tarifs contenus et de le faire savoir » (Cédric Boschage).

Les circuits n'ont pas la possibilité, comme les cinémas multi-écrans des villes, de passer presque tous les films qui sortent. Eux ne programment en général que quelques films par mois, ils sont donc très attentifs à proposer les films qui correspondent au public qu'ils ont ou qu'ils souhaitent toucher. Et dans ce cas, les associations et autres relais locaux jouent leur partition,

comme le confirme Rémi Merle : « *Chaque commune, chaque association partenaire gère son affaire et s'adapte au mieux à ce qu'il ressent de son public* », Marlène Larrouy : « *Après, chaque association locale peut avoir sa propre stratégie, ou en tout cas son propre fonctionnement* » ou encore Nicolas Manceau : « *La manière dont les choix de programmation sont effectués participe de la fidélisation, puisque permet d'associer les habitants aux choix des films... Pour ce faire, les circuits s'appuient sur des comités de programmation locaux, font appel à leurs adhérents, et la participation est très bonne. Cette technique a permis de fidéliser les publics, qui deviennent acteurs des choix pour le cinéma local* ».

Antoine Mularczuk est encore plus explicite ; cela correspond au projet de l'association, mais pas seulement : « *En priorité, nous nous efforçons de garder une ligne éditoriale cohérente entre découvertes et valeurs sûres, et de maintenir nos choix de programmation. Nous faisons le choix de proposer des films plutôt Art et Essai car nous pensons que le public qui les apprécie est fidèle. Les spectateurs viennent en confiance voir des films qu'ils ne connaissent pas, et ils sont plus capables de s'ouvrir à d'autres domaines que l'inverse* ».

### Le prix du billet

Ce ne peut pas être réellement considéré comme une action destinée à fidéliser le public, mais la maîtrise des tarifs est une préoccupation permanente des circuits de cinéma itinérant ; la plupart d'entre eux s'adressent à des populations pour qui un prix trop élevé de la place de cinéma serait assurément un obstacle à la fréquentation des points de projection.

Il n'y a pas de méthode unique. Chaque circuit itinérant s'adresse au public à sa manière, même si les formes restent proches et répondent à une double ambition : que le prix d'entrée ne soit pas un obstacle à la venue et que le système adopté favorise la fidélité des spectateurs. D'où diverses formules, classiques mais efficaces, d'abonnement ou de carte de fidélité. Deux exemples parmi beaucoup d'autres : « *nous pratiquons des tarifs volontairement très accessibles, et avons mis en place une carte de fidélité de huit séances, dont la huitième est gratuite* » (Jean-Marie Cayet) ; « *nous essayons aussi de maintenir une tarification aussi basse que possible, avec notamment un système de cartes en prévente* » (Francis Caparros).

Il existe néanmoins des nuances, concernant par exemple l'étendue ou l'origine des mesures proposées. Elles peuvent émaner des associations ou des relais locaux : « *chaque salle, donc chaque équipe locale, a sa propre méthode de fidélisation des publics. Certaines proposent une carte d'adhérent, valable également dans*

*les autres lieux du réseau, qui donne le bénéficiaire du tarif réduit et permet un accès non discriminant aux séances de cinéma* » (Eric Raguét).

Avec parfois une originalité dans le financement des propositions tarifaires : « *nous pensons que le prix des entrées est un gage de fidélisation ; certains points proposent des cartes de fidélité financées sur leurs propres fonds. Par exemple, l'association locale propose une séance gratuite sur dix [...] prise en charge par l'association, qui fait financer cette dixième séance par des participations extérieures, des commerçants le plus souvent, que les bénévoles vont démarcher* » (Gérard Berger).

Enfin, les cartes de fidélité ou les systèmes mis en place sont aussi une occasion pour les spectateurs de se sentir plus concernés par le circuit de cinéma itinérant, comme à CinéRural 60 qui propose « *une carte de soutien [...] au public. Elle coûte dix euros par an et permet de bénéficier du tarif réduit pendant toute l'année pour les séances (trois euros la place au lieu de quatre euros). Du fait de son prix par rapport à l'avantage proposé, il s'agit plus d'une carte de soutien (d'où son nom !) que d'une carte de fidélité, et cela permet aux spectateurs qui la prennent de se sentir proches du circuit* » (Cédric Fizet).

## B - Le partenariat et l'ancrage territorial

Les cinémas itinérants interviennent dans des zones souvent peu peuplées, dont la dynamique démographique, autant qu'économique, n'est pas assurée. Les points de projection se situent généralement dans de toutes petites communes, et le lien fort qui existe avec une partie du public est insuffisant pour se satisfaire d'une situation qui reste trop souvent fragile.

### 1 - Le partenariat, facteur de développement

La recherche de nouveaux publics tout autant que la mission d'animation culturelle qu'exercent les cinémas itinérants dans les territoires ruraux, amènent ceux-ci à se diversifier, à intégrer à leur programmation et à leurs actions les réalités locales, et à s'ouvrir aux autres acteurs du territoire.

Par leur engagement, leurs moyens et leurs compétences, les circuits sont les partenaires privilégiés des communes et des associations, pour l'organisation du débat public et la mise en valeur de thèmes d'intérêt local.

Cédric Boschage le résume ainsi : « *Les associations locales sont très présentes. Soit elles contribuent à la programmation, soit elles sont associées dans les animations, pour des séances qui sont proposées souvent*

*en dehors de la programmation habituelle. Nous sommes d'ailleurs régulièrement sollicités par des associations pour des actions de sensibilisation ou toute autre manifestation. Mais quoi qu'il en soit, elles sont toujours le trait d'union avec les autres structures du secteur. La projection/débat reste le format le plus apprécié. Le tissu associatif local est très dense et dès lors que l'on s'appuie sur un film avec une thématique forte, et que l'on diffuse l'information par les bons canaux, les spectateurs nous suivent».*

Tous les cinémas itinérants ont une action en plus, ou plutôt à côté de la programmation habituelle. Il peut s'agir de projections estivales en plein air, de séances spéciales animées organisées parfois pour un public particulier, éventuellement à la demande d'une commune ou d'une association. Cela peut correspondre aux nombreux événements, festivals ou autres temps forts auxquels participent les circuits, quand ils ne les organisent pas.

Ces festivals ont comme points communs la forte implication des bénévoles et une thématique d'intérêt local, souvent citoyenne, et parfois militante.

Au-delà de leur intérêt intrinsèque, ces manifestations permettent de toucher des publics différents. Car il s'agit bien, aussi, d'élargir son audience, de croiser de nouveaux publics qui reviendront pour des séances plus classiques.

Anne Lidove met en avant l'organisation et l'appui aux événements locaux, car *« une activité tout au long de l'année, sans moment phare, a tendance à s'épuiser dans la durée. Mieux vaut parfois proposer moins de séances, mais les rassembler pour construire un événement local, qui concentre les énergies et la communication, et permet de croiser les publics et de communiquer plus largement qu'à l'échelle communale ».*

Pour d'autres, au contraire, les séances spéciales, menées en partenariat avec des acteurs ou associations spécialisés, doivent *« être incluses dans la programmation normale, car les gens aiment la régularité ... Ainsi, nous avons un partenariat avec la MSA [mutualité sociale agricole], dans le cadre d'une opération intitulée « ciné santé ». La projection du film est accompagnée par une information sur une question de santé »* (François Nicolas).

Deux écoles pour une même finalité : agréger les énergies, élargir les propositions, faire vivre le cinéma itinérant et trouver de nouveaux publics. Quelques exemples parmi les nombreuses illustrations de ces deux approches autant que de la diversité des sujets :

- Le film documentaire pour Ciné Parc : *« L'exigence de*



*programmation se traduit aussi par les « ciné discussions », qui illustrent notre travail en réseau avec une multiplicité d'acteurs culturels et autres du territoire [...]. Cette saison documentaire présente l'intérêt d'être en lien direct avec des associations partenaires [...]. Ce partenariat est fructueux, les associations se fédèrent et il y a un apport de public sur les autres séances du circuit »* (Christophe Jeanpetit).

- La collaboration avec une association départementale pour CinéAmbul 72 : *« Dans le cadre de ce partenariat, nous participons à plusieurs opérations : le festival « Regard sur le monde rural » qui questionne le monde rural d'hier, d'aujourd'hui et de demain et « La Justice en Images », festival du film judiciaire qui propose de rapprocher justice et justiciables »* (Ginette Chaveneau).

- Des partenariats pour des séances thématiques, avec des pompiers pour Ciné Rural 60 *« qui se sont mobilisés en nombre et ont su convaincre localement, autour des projections des films : Sauver ou Périr et Les Hommes du feu »* (Cédric Fizet) ou avec des entités locales pour Ecran vagabond du Trièves : *« une séance autour du handicap psychique en lien avec l'association ALHPI (Accompagner le handicap psychique en Isère) qui gère deux foyers sur notre territoire ; ou une séance « pastoralisme » en lien avec la communauté de communes et la fédération des alpages de l'Isère »* (Hélène Gentilhomme).

## 2 - Valoriser le territoire

Bien souvent aussi, ce sont les associations partenaires, par ailleurs indispensables pour la communication, l'organisation et l'accueil des séances, qui sont à l'origine de la plupart des séances animées ou des séances spéciales : *« Ce sont souvent elles qui prennent l'initiative de ces séances, qui choisissent les thèmes et les intervenants, et qui organisent la manifestation »* (Marlène Larrouy).

Les cinémas itinérants se retrouvent alors sur un terrain militant et prennent le cinéma comme support du débat d'idées ou de l'engagement citoyen.

Les cinémas itinérants sont fortement inscrits dans leur territoire ; ces séances spéciales, ces partenariats sont aussi l'occasion d'aller au-devant de publics nouveaux en valorisant le tissu associatif local, de répondre à des demandes des collectivités ou même d'entreprises de la région. Voire aussi en mettant en avant la création cinématographique régionale.

Cinémobile, par exemple, qui sillonne le Centre-Val de Loire, organise régulièrement des séances « *autour de thématiques sociétales (développement durable, ruralité, citoyenneté, éducation...)* ; et pour les mettre en œuvre, s'associe à des partenaires locaux ou départementaux en collaboration avec les communes d'accueil... autour de films soutenus par Ciclic et la Région » (Emilie Parey).

ADAMR-Cinéma de pays, dans les Alpes de Haute-Provence, intervient dans une région où il y a beaucoup de barrages hydro-électriques, particulièrement importants pour l'économie locale. Les « *Ecrans du lac* », sont « *un partenariat estival avec EDF. Des projections gratuites, en plein air, sur les plages des retenues artificielles liées à la construction de barrages [...]* proposent des films de cinéastes régionaux qui mettent en avant le patrimoine local ; plutôt des films sur le thème de l'eau (ex. : Le Voyage de l'eau, la Dame des lac, l'Eau en Durance...) ou des barrages [...]. Les « *Ecrans de la terre* » sont dans le même esprit, mais concernent plutôt les villages du plateau. Les films proposés mettent en scène le monde rural et la vie paysanne ; ce sont également souvent des films qui valorisent le patrimoine local et les réalisateurs régionaux, avec un aspect documentaire... » (Jean-Marie Cayet).

En Charente, « *un réalisateur régional a fait un film documentaire sur une école à la pédagogie alternative qui prend en charge des enfants en difficulté [...]. Nous avons demandé au CNC un visa provisoire afin de pouvoir projeter ce documentaire en séance commerciale, avec la participation de l'enseignante concernée* » (Rémi Merle).

Les circuits s'adressent à une population qui vit dans les villages. Les films qui sont reliés au territoire sont fédérateurs et rencontrent de ce fait un succès public éventuellement porteur pour l'activité habituelle du circuit. Ces films intéressent, soit parce qu'ils traitent d'un sujet qui fait écho localement, ou d'une problématique partagée par tous ; soit parce qu'ils parlent de la culture et de la vie paysannes ; ou encore parce que le film a été tourné, au moins en partie, dans la région.

Ces séances-là sont toujours réussies, et c'est à chaque fois l'occasion de démontrer le savoir-faire des circuits et de promouvoir le cinéma itinérant auprès des spectateurs qui ne le connaissaient pas.

### 3 - des actions pour d'autres publics

Emilie Parey dit que la plus-value de la salle de cinéma est de dynamiser le lien social et d'être un lieu identifié permettant la rencontre entre les habitants, et « *qu'il faut conserver ce temps collectif consacré au cinéma, à la culture ou au divertissement. La salle de cinéma sort de l'isolement des personnes qui ont peu d'interactions avec l'extérieur, d'autant que les services sont peu nombreux* ».

Dans les territoires ruraux, les circuits de cinéma itinérant s'efforcent de préserver « *ce temps collectif* » en apportant avec régularité le meilleur du cinéma, proposant les films récents que beaucoup ne pourraient pas voir sur grand écran. Ils offrent ainsi, plusieurs fois par mois, à tous les publics, des espaces de rencontre, des moments de partage collectif qui font la vie d'un village.

La rencontre avec les publics ne se décrète pourtant pas, et les cinémas itinérants déploient de gros efforts d'adaptation et d'innovation pour intéresser de nouveaux spectateurs.

La capacité de se renouveler et prendre en compte les réalités, comme les atouts, du territoire concerné, est une marque identitaire des circuits, qui utilisent par exemple les spécificités locales pour élargir leur audience et toucher des publics différents.

C'est par exemple l'ADAMR qui consacre une soirée aux « *Premières rencontres du film indépendant* » pour des cinéastes (souvent locaux) semi-professionnels, ou de Ciné Plus en Limousin qui profite de la présence dans le pays de nombreux habitants anglo-saxons et des associations franco-britanniques qu'ils animent, pour proposer des films en langue anglaise en version sous-titrée.

Dans la même logique, « *d'avoir ajouté régulièrement des documentaires à (la) programmation a fait venir un nouveau public, qui s'est fidélisé. La diversité des films a aussi cet effet* » (Hélène Gentilhomme).

D'autres types d'initiatives existent, pas forcément liées à des projections de manière directe, qui visent néanmoins à faire venir au cinéma des gens qui n'y venaient pas, comme de se rapprocher de certaines associations : « *deux partenariats, l'un avec les Restos du cœur, l'autre avec une association régionale de migrants, ont pour objectif de toucher les publics défavorisés ou non intégrés. Les adhérents de ces deux structures montrent leur carte et bénéficient alors d'une entrée gratuite, qui est ensuite refacturée au tarif réduit le plus bas aux associations en question. Cela permet de toucher*

*ces publics et de les fidéliser progressivement à la sortie cinéma, à la pratique culturelle* » (Nicolas Manceau).

Les efforts sont faits pour s'adapter aux besoins de certains publics que l'on veut garder ou accueillir.

Il peut s'agir d'un public âgé qui n'irait pas au cinéma sans cela ; par exemple l'ADAMR anime un « *ciné sénior* » - avec des films dont le thème intéresse particulièrement les personnes âgées » (Jean-Marie Cayet) ou encore CinéAmbul 72 qui a instauré des séances le dimanche après-midi dans une commune, car « *cela ne se fait pas ailleurs, et pourtant ces séances concernent un public de gens plus âgés qui ne sortent pas le soir et encore moins en dehors du village* » (Ginette Chaveneau).

Mais les efforts concernent surtout le jeune public, et sont fait soit en direction des enfants : « *les films jeune public, proposés en fin d'après-midi avant la séance du soir, permettent également de renouveler les publics. Ces séances sont de plus en plus régulièrement programmées dans le réseau, parfois aussi avec des films pour les tout-petits, qui séduisent les familles et les fratries* » (Eric Raguët), soit le plus souvent pour essayer d'intéresser des adolescents trop peu présents.

Il faut dire qu'en dehors des publics captifs, des interventions en milieu scolaire ou des dispositifs d'éducation aux images, les cinémas itinérants ont du mal à attirer les adolescents et les jeunes adultes. Les actions qui leur sont destinées sont souvent ponctuelles - « *J'ai cité les séances de films pour les ados (films d'horreur souvent) pendant les vacances scolaires* » (Marlène Larrouy) ; « *une nuit du polar a ainsi été tentée, ainsi qu'un Evil Dead 2, qui a quand même fait un flop !!* » (Cyrille Léger) - et gardent toujours un aspect expérimental comme le dit Cédric Fizet : « *À titre expérimental, plusieurs propositions sont faites aux adolescents : les ciné-gaming (jeux vidéo joués sur grand écran à l'occasion d'une séance ou indépendamment), ateliers de sensibilisation au cinéma... notamment dans le cadre de la Fête du cinéma d'animation* ».

L'objectif de fidéliser les adolescents n'est pas forcément atteint, mais ajoute Cédric Fizet, « *ces opérations permettent de faire la promotion des projections de Ciné Rural 60 auprès de nouveaux publics qui ne connaissent pas forcément le circuit, et notamment les jeunes et les familles* ».

Le principe de l'événementiel à date fixe d'une année sur l'autre, permet de mobiliser plus largement, et cela sert la fréquentation du point de projection de la commune toute l'année. Ainsi, en Saône et Loire, « *le festival « Ciné pause » qui est organisé par des bénévoles de la commune de La Vineuse sur Frégande, dans deux sites fermés et un site en plein air. Ce projet a été conçu comme un outil de développement local avec l'objectif de couvrir tous les champs du cinéma, à une période où la salle fixe de proximité prend ses quartiers d'été. Cet événementiel attire des familles, des touristes, et bénéficie d'un très bon bouche-à-oreille ; la fréquentation est bonne, même sur des programmations exigeantes* » (Cyrille Léger).

Le montage de projets partenariaux permet également de multiplier les réseaux et de favoriser la mixité des publics. Cela donne des soirées animées, propices aux débats et aux rencontres. « *Un nouveau projet [...] impliquera dix communes pour une quinzaine de projections, sur le thème « Comprendre et être solidaire ». Il a été monté pour échanger avec les habitants sur la question des migrations, de l'accueil des populations venant de pays en conflit, autour de films que l'association a envie de soutenir : Pour Sama, documentaire tourné par la maman de Sama en Syrie, dont le mari soigne comme il peut les populations dans un hôpital en ruine ; et Déplacer des montagnes, sur la solidarité d'habitants du Briançonnais vis-à-vis des migrants. Ce projet aura demandé environ 6 mois de montage et trois collèges et un lycée sont partie prenante de cette organisation* » (Vincent Kopf).

Les programmations pour les tout-petits constituent une opportunité pour renouveler les publics, en attirant des jeunes parents qui s'installent à la campagne et cela contribue à leur faire prendre le chemin du cinéma dès le plus jeune âge : « *Le programme « mes premiers pas au cinéma » s'est installé durablement dans une vingtaine de communes du réseau, qui le construisent à l'année, et y associent les assistantes maternelles, les écoles maternelles, les haltes garderies... Ces séances attirent des jeunes parents, qui viennent aussi partager un temps d'activité avec leurs enfants et des échanges avec les autres parents. Un programme de sensibilisation sur les dangers de l'abus d'écrans pour les jeunes enfants se déroule en parallèle, sous forme d'ateliers pour les*



*parents ou de formations pour des professionnels de la petite enfance* » (Anne Lidove).

#### 4 - Des obstacles au développement

Les efforts diversifiés des cinémas itinérants pour maintenir leur audience en premier lieu, et si possible pour conquérir de nouveaux publics, sont réels et permanents. L'engagement des bénévoles et aussi des personnels n'est pas contestable, et la fibre militante de la plupart des circuits de cinéma itinérant tout autant indéniable.

Mais, outre les contraintes que connaît l'exploitation cinématographique en général, les effets concurrentiels croissants des services de vidéo à la demande et autres plateformes de diffusion de contenus numériques, et les difficultés propres au contexte des territoires ruraux, les cinémas itinérants doivent composer avec des conditions dont ils n'ont pas la maîtrise.

#### Les chaises en plastique ! ...

*« L'élément le plus important nous semble être la qualité et le confort des salles. Nous menons un travail de persuasion auprès des communes pour expliquer que le public aujourd'hui ne peut pas se satisfaire de conditions médiocres et les convaincre de faire les investissements nécessaires pour améliorer ou simplement préserver la fréquentation. L'exemple de P... est parlant : 600 spectateurs/an avant la rénovation de la salle, 3 000/an aujourd'hui... »*

Comme Fabrice Caparros, nombreux sont ceux qui pointent la qualité plus que médiocre de beaucoup de lieux de projection pour expliquer une partie des difficultés à attirer de nouveaux spectateurs. La moitié des circuits interrogés en font le principal frein au développement des circuits, et même le seul pour certains.

Que ce soit pour Ginette Chaveneau *« ce sont des salles polyvalentes, des salles des fêtes [...] les fauteuils sont*

*souvent de peu de confort... »*, pour Cédric Boschage *« Il y a bien sûr le problème du confort de certains points de projection, qui ont encore trop souvent des chaises en plastiques... »*, ou pour Eric Raguet *« Le manque de confort de certaines salles fait stagner ou reculer la fréquentation, c'est sûr ! »*, les cinémas itinérants peuvent se retrouver dans les propos de Gérard Berger : *« Les freins me paraissent incontestablement liés à la qualité des salles. Les salles dont nous disposons ne sont pas toutes de qualité technique et de confort égale, les communes n'ayant pas toutes la même politique. Nous sommes forcément pénalisés par des salles qui ne sont pas toujours accueillantes, avec un confort médiocre ou un chauffage aléatoire... On le constate en comparant avec les salles bien équipées et confortables, le lieu joue un rôle important dans la fréquentation »*.

En effet, *« les salles gradinées, confortables, ont globalement une moyenne de fréquentation plus haute que les autres »* (Nicolas Manceau).

Les circuits sont bien conscients de ce problème récurrent. Ils essaient d'agir et de convaincre les maires pour qu'ils fassent les investissements nécessaires ; ce n'est pas si simple : *« La qualité médiocre de certaines salles est très pénalisante. Cela dépend de la volonté des communes, dont les maires ont parfois du mal à consacrer un peu de budget ne serait-ce que pour acheter une quarantaine de chaises plus confortables ; aujourd'hui, on ne se contente plus des chaises en plastique »* (Gérard Berger). Mais, même s'ils se heurtent aux budgets étreints des toutes petites communes, beaucoup partagent la même détermination : *« [nous avons] décidé d'avoir davantage d'exigence sur la qualité des salles pour les nouveaux entrants dans le réseau et d'accompagner l'amélioration pour les salles existantes »* (Cédric Fizet).

Une exception toutefois ; pour Marlène Larrouy *« le confort des salles ne [me]semble pas être un problème. D'abord parce que nous avons quelques « vraies » salles, assez confortables, et dans les villages de la communauté de communes, ils savent que c'est un circuit itinérant. Les salles sont chauffées et propres et les gens s'accommodent des chaises en plastique, les gâteaux et la convivialité compensent le confort approximatif ! De plus, la communauté de communes a investi dans des coussins pour rendre plus agréable la séance... »*.

#### Le délai des cinq semaines...

Les raisons avancées pour expliquer les possibles difficultés des circuits à élargir leur public sont multiples, et sans doute cumulatives. Le délai d'obtention des films est mis en avant par plusieurs des circuits interrogés. Ginette Chaveneau pense que *« le*



*principal frein [me] semble tenir dans le délai de diffusion des films ; nous avons les films en quatrième ou cinquième semaine après la sortie nationale, et c'est trop pour certaines personnes, surtout les plus jeunes. Les films dont on parle, les films grand public ou les dessins animés à forte promotion, les gens vont les voir dans un cinéma fixe de la ville proche », ce qui est aussi l'avis de Francis Caparros, qui nuance à peine « Un frein ponctuel vient de ce que l'on a les films assez tardivement, cinquième semaine environ, et certains spectateurs ne veulent pas attendre et se déplacent dans les villes proches ».*

Ce que déplorent ceux qui comme Rémi Merle regrettent le délai d'obtention des films, c'est notamment que ce soit « *trop pour les plus jeunes, qui sont plus mobiles et qui se déplacent plus facilement vers les salles fixes les plus proches, y compris celle que nous gérons ! Nous avons un public plus âgé, plus réticent à se déplacer et qui attend la projection dans le village* ».

#### Il faut quand même se déplacer...

Autre handicap soulevé par certains, la nécessité de se déplacer.

Même si Yoann Durand est d'un avis contraire : « *Nous sommes dans l'hyper proximité, et c'est plutôt de nature à faire « sauter les freins » de la mobilité pour ceux qui se déplacent peu* », les responsables de circuits sont plus en accord avec Hélène Gentilhomme, qui pense que c'est un frein important : « *il faut presque toujours prendre un véhicule pour venir aux séances. Les spectateurs viennent souvent de l'extérieur des villages qui sont plutôt petits. Lorsque l'on peut venir à pied, cela se ressent. On a pu le constater à Mens, un gros bourg. Lorsque les séances, qui étaient situées dans un lieu à l'extérieur du village, ont été déplacées dans une salle du collège, la fréquentation a été multipliée par trois en dépit de moins bonnes conditions de projection* ».

« *Les distances sont parfois très importantes entre des communes de petite taille dont la population a un âge certain et n'est pas forcément très mobile* » (Cédric Boschage), et par manque de transports collectifs « *surtout en soirée, les habitants rechignent à effectuer plus de quinze kilomètres pour venir voir un film, même si les routes sont plutôt en bon état dans la région* » (Cyrille Léger).

La difficulté du déplacement, pour les spectateurs les plus âgés notamment, est accentuée par des « *conditions climatiques, parfois rigoureuses dans les zones montagneuses [...]. La distance, l'hiver, les routes sinueuses n'incitent pas à sortir* » (Gérard Berger). « *Le climat peut constituer un frein, en raison de la neige et du mauvais temps ; il y a beaucoup de hameaux, aux*

*alentours de nos salles, où habitent beaucoup de nos spectateurs, assez âgés, qui ne se déplacent pas lorsque les conditions sont mauvaises* » (Francis Caparros). Au contraire, pour Eric Raguét, les hivers sont moins rigoureux et la neige vient moins souvent décourager les trajets pour se rendre au cinéma. « *De toutes les façons, les gens sont habitués, ils apprécient cette offre de proximité et sont curieux, c'est souvent leur sortie de la semaine ou du mois* ».

#### La démographie est aussi en cause

Au-delà de ces éléments objectifs, les freins au développement du public des cinémas itinérants se situent pour certains responsables de circuits, dans la population elle-même. « *Le principal frein me semble être la dimension socio-démographique de l'ex-Limousin, qui est une des régions les moins densément peuplées et avec la population la plus âgée de France [...]. Dans les communes les plus éloignées, beaucoup d'enfants sont en internat toute la semaine. Le potentiel de fréquentation est donc parfois extrêmement limité, à la fois pour les films les plus exigeants comme, à l'opposé, pour les gros blockbusters américains* » (Cédric Boschage).

Les circuits de cinéma itinérant mènent leur action en milieu rural, souvent dans les villages de très petite taille. « *La désertification et/ou la transformation des villages en « villages dortoirs » sont des freins et rendent difficiles l'organisation d'activités [qui] incitent les gens à sortir de chez eux. Ceux qui travaillent en ville et habitent dans les villages ne s'intègrent pas vraiment à la vie du village, et ils n'ont pas peur de se déplacer ; ils vont au cinéma en ville* » (Antoine Mularczuk).

La densité de la population a sans doute une incidence directe sur la potentielle augmentation du public, mais sa sociologie aussi. « *À quelques très rares exceptions, les habitants des territoires ruraux du Nord et du Pas-de-Calais sont sociologiquement, socialement, économiquement plus éloignés de la culture : les CSP+ et les étudiants sont très majoritairement urbains dans ces départements ... La fréquentation culturelle est par définition plus difficile...* » (Anne Lidove).

#### L'importance du bénévolat

Le cinéma itinérant s'appuie sur le bénévolat et les personnes qui, localement, font vivre le point de projection. Même les circuits dotés d'une équipe professionnelle importante ne peuvent se passer le plus souvent d'un minimum de soutien et d'aide dans les communes visitées. Regroupés en associations, en comités des fêtes, en collectifs informels, ces personnes bénévoles font vivre le lieu par leur dynamisme et leur action. Pour François Nicolas, « *ce qui compte, c'est surtout la*

*dynamique impulsée par le ou les bénévoles. L'action des bénévoles prime et leur engagement arrive à dépasser la question de la qualité des salles».*

Cela a été dit précédemment, les personnes qui localement font la communication, préparent la salle, accueillent les spectateurs, aident le projectionniste, etc. et font le lien direct avec le public, ont un rôle majeur dans la vitalité du point de projection.

Et s'ils sont moins actifs, moins présents, voire absents, la répercussion sur la fréquentation est immédiate. Et puis, la bonne volonté ne suffit pas toujours.

C'est un sujet sensible pour les responsables de circuits, qui constatent dans des termes identiques que : « *certains partenaires sont trop peu présents lors des séances et ne permettent pas d'installer une régularité de retrouvailles conviviales* » (Anne Lidove) ; « *Les relais locaux sont la plupart du temps de très bonne volonté [...] et motivés pour agir à leur échelle. Mais d'une part, cet engagement n'est pas identique à toutes les communes et d'autre part, même quand la motivation est là, ces relais ne sont pas tous qualifiés ou du moins sensibilisés aux questions de médiation culturelle* » (Emilie Parey).

Néanmoins, le plus inquiétant pour les responsables interrogés, c'est que cette aide perdure. Le bénévolat ne va pas de soi, et les circuits connaissent « *des difficultés pour renouveler les relais locaux ; certaines communes sont à bout de souffle, il n'y a pas ou peu de bénévoles motivés et personne pour prendre la relève* » (Christophe Jeanpetit). « *C'est un enjeu important (qui) devrait être pris en compte nationalement : le renouvellement du bénévolat. En effet, les bénévoles ont en moyenne 55 ans et avec le prolongement de la durée du travail, les conditions d'emploi qui se durcissent, les jeunes retraités seront de moins en moins nombreux à rejoindre nos associations, et les bénévoles seront de plus en plus âgés ! Il faut absolument que le bénévolat soit valorisé par l'Etat, voire rétribué en partie sans doute. Sinon, nos associations (au sens très large) vont devenir exsangues et nos territoires également...* » (Vincent Kopf).

Un point pourtant, la présence éventuellement concurrentielle d'une salle fixe proche, fait débat. Pour l'un, c'est un motif évident de désaffection du public du cinéma itinérant, « *cela est flagrant pour une commune où la moyenne de spectateurs est passée de 30 à 5 au moment de l'ouverture voisine d'une salle fixe* » (Christophe Jeanpetit).

Pour un autre, au contraire, « *la proximité d'un cinéma fixe ne semble pas être un handicap. Sans nous, ces gens-là n'iraient pas au cinéma, ils viennent au village parce que c'est sur place. Aussi parce que certains sont*

*trop âgés ou n'ont pas les moyens de se déplacer* » (Rémi Merle).

La question reste ouverte...

Il avait été demandé aux responsables des circuits interrogés de citer cinq mots caractérisant leur activité auprès du public. Un tel exercice conduit inévitablement à une liste de mots (ou d'expressions) de sens plus ou moins proches, dont l'énumération complète serait sans intérêt. En revanche, le recensement des termes les plus souvent cités met en évidence ce qui unit les exploitants itinérants.

Certains mots apparaissent plusieurs fois, comme culture, employé aussi dans des expressions comme « accès à la culture » ou « offre culturelle », ou comme *cinéma* naturellement, qui peut être associé à l'éducation aux images ou à l'Art et Essai.

Dans une autre thématique, des termes comme *variété* sont plusieurs fois cités, qui recouvre les notions d'éclectisme, de diversité ou d'universalité, ou accessibilité d'un loisir ouvert à tous.

Ces termes-là pourraient s'appliquer au cinéma en général. En revanche, les cinq mots qui reviennent le plus souvent dans les réponses des animateurs des circuits proposent une définition des cinémas itinérants qui fait écho à la perception qu'en a le public lui-même, telle qu'elle ressort de la première partie de cette étude. Il ne peut être que satisfaisant, pour ceux qui défendent le cinéma dans les territoires, de constater que le public les rejoint dans ces appréciations.

Un mot se détache très nettement, qui est cité quatorze fois : **convivialité**. C'est le dénominateur commun des exploitants de l'itinérance, leur marque de fabrique reconnue par 96 % des spectateurs interrogés. Ce terme traduit le sens de l'accueil, l'écoute, l'ouverture aux autres, que cultivent les circuits, mais aussi le rapport chaleureux et direct qu'ils entretiennent avec le public.

Le mot qui vient après, **qualité**, cité huit fois, semble être le pendant du premier en ce sens qu'il recouvre le sérieux et le professionnalisme des circuits. Les conditions d'exercice du cinéma en itinérance, qui supposent de s'adapter aux circonstances et aux conditions parfois précaires, la simplicité et la décontraction des bénévoles et des salariés des circuits, n'empêchent pas l'exigence de la qualité, le soin apporté aux projections, le respect des règles, des horaires, et au final du public.

Tout juste derrière, deux mots ex-aequo, avec sept citations : **proximité** et **lien social**. Par proximité, les répondants entendent tout autant la proximité géographique du cinéma itinérant, qui vient au plus près du public, que sa relation complice avec les spectateurs dont certains, à travers le bénévolat, en sont les acteurs.

Quant au *lien social*, il symbolise la philosophie des cinémas itinérants, qui apportent le cinéma où il n'est pas mais cherchent aussi à animer les villages, à favoriser le vivre ensemble et à renforcer la cohésion sociale entre les générations, des populations de territoires délaissés.

Enfin, la dernière expression parmi les plus citées souligne une autre dimension des circuits de cinéma itinérant, en conformité avec ce qui précède : **l'éducation populaire**. Elle n'est pas toujours citée en tant que telle, mais d'autres termes employés illustrent ce concept qui se nourrit d'engagement et de militantisme. Il y a souvent, derrière les films montrés, le souci de développer la citoyenneté, d'éduquer le jeune public, de réunir les gens pour qu'ils se parlent et soient conscients - et acteurs - du monde dans lequel ils vivent.

Ces cinq mots ou expressions, convivialité, qualité, proximité, lien social et éducation populaire, pour la plupart reconnus par le public auquel ils s'adressent, pourraient constituer le manifeste de la majorité des cinémas itinérants.

*Carte d'identité des circuits :*

*Nom, Région/Département, nombre de points,  
nombre de séances annuelles, nombre d'entrées 2019*

*Part publics captifs, publics scolaires dans  
la fréquentation globale*

*Classement Art et Essai ?*

*Equipe : nombre de salariés et de bénévoles*

*Avez-vous un-e médiatrice-ur culturel-le dans votre  
équipe ? Poste financé dans le cadre du dispositif  
CNC/Régions ?*

1 - Quelle est votre politique de programmation ?

2 - Quelles actions mettez-vous en place pour associer  
les bénévoles et/ou les spectateurs à cette  
programmation ?

3 - Pouvez-vous décrire quelques exemples  
d'activités/d'animation autour des séances menées en  
partenariat avec vos partenaires locaux/bénévoles

4 - Quelles actions menez-vous pour attirer vos publics ?  
Exemples

5 - Quelle stratégie de fidélisation envisagez-vous  
pour maintenir la fréquentation de vos séances ?

6 - Quelles actions mettez-vous en place pour renouveler  
vos publics ?

7 - Quels sont les freins à la fréquentation des séances  
sur votre territoire ?

8 - Cinq mots qui caractérisent votre activité auprès  
des publics

## AUVERGNE - RHONE-ALPES

### • Cinéma itinérant rural Bresse Revermont

N° CNC : 6255421  
Mairie de Meillonas  
1 place de la mairie  
01370 MEILLONNAS  
Contacts : Daniel BROCHIER/Guy COURVOISIER  
04 74 30 67 19  
danielbrochier@wanadoo.fr  
courvoisier.guy@wanadoo.fr  
Association / 1984  
Tête de tournée : Meillonas

### • Modern Cinéma

N° CNC : 6262461  
127 rue des écoles  
39220 LES ROUSSES  
contact: Claude KRAWIECK  
03 84 60 30 09  
lesquinsonnets@wanadoo.fr  
Sarl / 1996  
Tête de tournée : Mijoux

### • Union départementale des associations d'animation en milieu rural de l'Allier (UDAAR 03)

N° CNC : 6118073  
UDAAR 03 c/o Mathieu Guillet  
5 rue de L'Oridelle  
03400 YZEURE  
Contacts : Mathieu GUILLET /  
Jean Pierre PANOU  
04 70 45 38 20  
udaar03@wanadoo.fr  
udaar03.com  
Association / 2000  
Tête de tournée : Commentry

### • Communauté de communes de Saint-Pourçain-sur-Sioule

N° CNC : 6412532  
29 Rue Marcellin Berthelot - BP 56  
03500 Saint-Pourçain-sur-Sioule  
Contacts : Cécile BERTHOLIER /  
Véronique POUZADOUX (Pdte)  
04 70 47 67 20  
bertholier.c@ccspsl.fr  
Com/Com /2016  
Tête de tournée : Saint-Pourçain s/Sioule

### • Grand Ecran - Maison de l'image

N° CNC : 6275460  
La maison de l'image  
9 bld de Provence  
07200 AUBENAS  
Contact : Julien POUJADE / Sébastien GAYET  
04 75 89 04 54  
julien@maisonimage.eu  
www.maisonimage.eu  
Association / 1999  
Tête de tournée : Ribes

### • Association animation du village de Chomérac (A.A.V.C)

N° CNC : 6112151  
Mairie - Place de l'Hôtel de ville  
07210 CHOMERAC  
Contact : Isabelle DURAND-TORTORELLA  
06 28 11 31 75  
mairie@chomerac.fr  
Association / 1997  
Tête de tournée : Chomérac

### • Ecran Village

N° CNC : 6449133  
Ecran village - Mairie  
07240 VERNOUX EN VIVARAIS  
Contact : Frédéric DELEPINE / Moïse MAIGRET  
04 75 82 32 83  
contact@ecranvillage.net www.ecranvillage.net  
Association / 1983  
Tête de tournée : Lamastre

### • Tournée Villermaux

N° CNC : 6044239  
Les Toiles des Calades  
Rue de Rousselet  
07 140 Les Vans  
Contact : Cyrille Villermaux  
06 59 60 91 69  
Entreprise individuelle / 2004  
Tête de tournée : Beaulieu

### • L'image Buissonnière

N° CNC : 6296921  
Salle du Tissage - Grand Rue  
07360 LES OLLIERES SUR EYRIEUX  
Contact : Marc LAPLACE  
04 75 66 21 89  
cinema.lesollieres@gmail.com  
cinemalesollieres.blogspot.com  
Association / 1998  
Tête de tournée : Les Ollières sur Eyrieux

• **Ciné au vert Le pré Bourges**

N° CNC : 6313704  
Le Pré Bourges - rue du 98 mai  
15200 MAURIAC  
Contact : Philippe DOUSSE  
04 71 68 14 40  
dousse.ph.vero@wanadoo.fr  
Entreprise Individuelle / 1989  
Tête de tournée : Pléaux

• **Le Navire - Tournée Montoisson**

N° CNC : 6274900  
Scop Le Navire  
2 quai Bérenger de la Blache  
26400 CREST  
Contact : Pascal NARDIN  
04 75 40 63 24 / 06 81 70 45 15  
pascal.nardin@lanavire.fr  
SCOP / 1995  
Tête de tournée : Montoisson

• **Ecran mobile - FOL 26**

N° CNC : 6141262  
BP133 28-32 avenue Sadi Carnot  
26000 VALENCE  
Contact : Gwenola BRETON  
04 75 82 44 68  
g.breton@fol26.fr  
www.fol26.fr  
Association / 1993  
Tête de tournée : Donzère

• **Ecran vagabond du Trièves**

N° CNC : 6402431  
Le village  
38930 SAINT MARTIN DE CLEVES  
Contact : Hélène GENTILHOMME / Robert CUCHET  
06 60 05 15 48  
ecran.vagabond.trieves@gmail.com  
www.evt.c.la/  
Association / 1982  
Tête de tournée : Saint Martin de Clèlles

• **Circuit itinérant les cinémas associés**

N° CNC : 6067903  
LCA - square de la Révolution  
38220 VIZILLE  
Jacques RICHER  
04 76 68 17 37  
jricher-lca@wanadoo.fr  
www.lcacine.fr  
Association / 2007  
Tête de tournée : Bourg-d'Oisans

• **Ciné Velay**

N° CNC : 6335751  
Centre socio-culturel - 8 place Félix Tempère  
43700 BLAZOVY  
Contacts : Georges MASSARDIER /  
Jean-Paul PREYNAT  
06 87 06 05 87  
cine.velay@gmail.com  
Association / 1985  
Tête de tournée : Saint-Didier-en-Velay

• **Cinévasion 43**

N° CNC : 6058121  
c/o Mairie  
43800 ROSIERES  
Contacts : Gérard BERGER / Martine GIRAUD  
06 20 43 14 56 / 06 75 44 14 52  
cinevasion43@gmail.com  
martinegiraud43@gmail.com  
cinevasion.perso.sfr.fr  
Association / 1994  
Tête de tournée : Rosières

• **Commune de Besse et Saint-Anastaise /  
Cinéma Le Foyer**

N° CNC : 6052532  
Cinéma Le Foyer - Mairie  
2 place de la mairie  
63610 BESSE ET SAINT-ANASTAISE  
Contact : Lionel GAY  
04 73 79 50 12  
cinema@mairiedebesse.fr  
Régie municipale / 1999  
Tête de tournée : Besse et Saint Anastaise

• **Ciné Parc**

N° CNC : 6029741  
Maison du Parc - Le Bourg  
63880 SAINT-GERVAIS-S/S-MEYMONT  
Contact : Christophe JEANPETIT  
04 73 95 58 00  
cineparc@parc-livradois-forez.org www.cineparc.fr  
S.I.V.U. / 1989  
Tête de tournée : Augerolles

• **Ciné Parc**

N° CNC : 6029741  
Maison du Parc Le Bourg  
63880 SAINT-GERVAIS-S/S-MEYMONT  
Contact : Christophe JEANPETIT  
04 73 95 58 00  
cineparc@parc-livradois-forez.org www.cineparc.fr  
S.I.V.U. / 1989  
Tête de tournée : St Amant Roche Savine

• **Ecran mobile Urfol Auvergne Rhône Alpes**

N° CNC : 6101491  
36 avenue du Général de Gaulle  
69300 CALUIRE  
Contacts : Antoine QUADRINI / Jean-Philippe SICAUD  
04 78 98 89 94  
jpsicaud@urfol-ra.org  
www.urfol-ra.org 1987  
Association / 1993  
Tête de tournée : Chaponnay

• **Ecran mobile Urfol Auvergne Rhône Alpes**

N° CNC : 6263612  
36 avenue du général de Gaulle  
69300 CALUIRE  
Contacts : Antoine QUADRINI / Jean-Philippe SICAUD  
04 78 98 89 94  
jpsicaud@urfol-ra.org  
www.urfol-ra.org  
Association / 1992  
Tête de tournée : Miribel

• **CDCP Ecran mobile 74**

N° CNC : 6297601  
3 avenue de la Plaine - BP 340  
74008 ANNECY  
Contact : François BONIFACJ  
04 50 52 30 25  
f.bonifacj@fol74.org  
www.fol74.org  
Association / 1985  
Tête de tournée : Onnion

• **Association du cinéma Le Foyer**

N° CNC : 6395720  
Espace Jacques Esterel  
Place de la Soierie BP 23  
42220 BOURG-ARGENTAL  
Contact : Paul HEYRAUD  
04 77 39 18 66  
cinemafoyer@wanadoo.fr  
www.cinelefoyer.com  
Association / 1995  
Tête de tournée : St Julien Molin Molette

• **Les 3 C /Centre culturel cinématographique**

N° CNC : 6421203  
8 rue de la valse  
42000 SAINT-ETIENNE  
Contact : Camille DESCOMBES  
09 52 78 31 17  
camille.d.les3c@gmail.com  
Association / 1994  
Tête de tournée : Saint-Priest-en-Jarez

• **Cinémafor**

N° CNC : 6204141  
MJC - 93 rue du Geysier  
42210 MONTROND LES BAINS  
Contact : Joël PATURAL  
04 77 54 54 85  
joelpatural@yahoo.fr  
Association / 1992  
Tête de tournée : Jeansagnières

• **Ciné Monts du Lyonnais**

N° CNC : 6317831  
Château de Pluvy  
69590 POMEYS  
Contacts : Joel SOLA / Michel CROZIER  
07 71 25 31 83  
cinema.itinerant@gmail.com cinema.itinerant.free.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : Pomeys

• **Cinébus**

N° CNC : 6333751  
1200 route de Clermont - BP N° 8  
74333 SILLINGY  
Contact : Xavier TRAMBOUZE  
04 50 68 88 41  
cinebus@cinebus.fr  
www.cinebus.fr  
Association /1993  
Tête de tournée : Reignier-Esery

• **Cinébus**

N° CNC : 6363480  
1200 route de Clermont - BP N° 8  
74333 SILLINGY  
Contact : Xavier TRAMBOUZE  
04 50 68 88 41  
cinebus@cinebus.fr  
www.cinebus.fr  
Association /2003  
Tête de tournée : Sillingy

## BOURGOGNE FRANCHE-COMTE

### • Les Tourneurs de Côte d'or

N° CNC : 6318612  
FRMJC / 2 rue de Bourges  
BP 62163  
21021 DIJON Cedex  
Contacts : Fanny ANGELOT / Sandrine CARBONNEL  
03 80 43 60 42 / 06 72 95 84 87  
animationcinema@frmjc.org  
les tourneurs21@orange.fr  
www.udmjc21.fr  
Association / 1992  
Tête de tournée : Pontailier-sur-Saône

### • Ecran Mobile Franche-Comté

N° CNC : 6133681  
Ligue de l'enseignement Franche Comté  
Ecran Mobile - 14 rue Violet  
25000 BESANÇON  
Contacts : Sandy DUCATEZ /  
Raymond BRUNEAU  
03 81 25 51 48  
ecranmobile@laliguebfc.org  
www.ecranmobile-fc.com  
Association / 1996  
Tête de tournée : Gilley

### • Sceni qua non (la nivernaise de cinéma)

N° CNC : 6322721  
6 place Mossé  
58000 NEVERS  
Contact : Lucile FOUJANET / Christian MAGNIEN  
03 86 21 46 46 / 06 82 99 17 48  
miniplexes@sceniquanon.com  
nivernaise@sceniquanon.com  
www.sceniquanon.com  
Association / 1996  
Tête de tournée : Ouroux-en-Morvan

### • Cinévillage / FDFR 71

N° CNC : 6114971  
Fed. départ. foyers ruraux 71  
Hameau l'eau vive  
71960 LA ROCHE VINEUSE  
Contact : Cyrille LEGER  
03 85 36 62 06  
cinevillage71@gmail.com  
www.fdf71.org  
Association / 1992  
Tête de tournée : Clessé

## CENTRE-VAL DE LOIRE

### • Cinéma Rural Itinérant du Cher

N° CNC : 3416921  
FDFR 18 - CRI  
Le Sollier  
18570 LE SUBDRAY  
Contact : Anita ROBLET  
02 48 70 93 31  
frfr.centre@gmail.com www.foyersrurauxcentre.org  
Association 1992  
Tête de tournée : Sainte-Solange

### • Ciné Off

N° CNC : 3267061  
46 rue des Landes  
37000 TOURS  
Contact : Monique AUGEREAU  
02 47 46 03 12  
cine-off@numericable.fr  
direction-cine-off@numericable.fr  
www.cine-off.fr  
Association 1993  
Tête de tournée : Monnaie

### • Cinémobile 1 - Ciclic

N° CNC : 3025722  
24 rue Renan - CS 70031  
37110 CHÂTEAU-RENAULT  
Contacts : Emilie PAREY / François HARDY  
02 47 56 08 08  
emilie.parey@ciclic.fr  
francois.hardy@ciclic.fr  
www.cinemobile.ciclic.fr  
EPCC / 1990  
Tête de tournée : Artenay

### • Cinémobile 2 - Ciclic

N° CNC : 3288291  
24 rue Renan - CS 70031  
37110 CHÂTEAU-RENAULT  
Contacts : Emilie PAREY / François HARDY  
02 47 56 08 08  
emilie.parey@ciclic.fr  
francois.hardy@ciclic.fr  
www.cinemobile.ciclic.fr  
PCC / 1990  
Tête de tournée : Fay aux Loges

• **Ciné Sologne**

(Union pour la culture populaire de Sologne)  
N° CNC : 3293801  
1 rue de la grotte  
41210 LA MAROLLE EN SOLOGNE  
Contact : Sonia VILT / Patrick BRUNET  
02 54 88 71 09  
accueil@ucps.fr  
www.ucps.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : Marcilly-en-Villette

**GRAND EST**

• **Coopérative Régionale de Cinéma Culturel**

N° CNC : 8139022  
26 rue du stade 67870 BISCHOFFSHEIM  
Contacts : Denis SCHREIBER / Blandine FETIG-GUTH  
03 89 73 90 83 / 06 49 86 02 41  
crcc.67-68@gmail.com  
Association / 1984  
Tête de tournée : Dinsheim

• **Amitié plus Wingen-sur-Moder**

N° CNC : 8468243  
MJC / 31 route de Zittersheim  
67290 WINGEN-SUR-MODER  
Contact : Francis KNIPPER  
03 88 89 70 56  
amitieplus.wingen@gmail.com  
www.mjcwingensurmoder.fr  
Association / 2003  
Tête de tournée : Wingen-sur-Moder

• **Ciné Ligue Champagne Ardenne**

N° CNC : 3282092  
23 rue Alphonse Daudet - BP 2187  
51081 REIMS cedex  
Contact : Antoine MULARCZUK  
03 26 07 50 00  
cineligue.ca@wanadoo.fr  
www.cineliguechampagne.org  
Association / 1997  
Tête de tournée : Mouzon

• **Cravlor / Tournée Woippy**

N° CNC : 8468741  
1 rue du Pré Chaudron  
57070 METZ  
Contact : Roger EVRARD / Pierrick VIRION  
03 87 50 45 42  
cravlorcine@gmail.com  
www.cravlor.fr  
Association / 1991  
Tête de tournée : Woippy

• **Cravlor / Tournée Blainville**

N° CNC : 9057303  
1 rue du Pré Chaudron  
57070 METZ  
Contact : Blandine BESSE / Pierrick VIRION  
03 87 50 45 42 / 06 74 45 99 06  
cravlorcine@gmail.com  
www.cravlor.fr  
Association / 1983  
Tête de tournée : Blainville

• **Cinéma en campagne - FDFR 57**

N° CNC : 9204111  
FDFR 57 / 14 Grand' rue  
57420 GOIN  
Contacts : Christophe VELJA / Nicolas RYMZIONEK  
03 87 52 41 97 / 06 78 03 25 76  
fdfr.57@mouvement-rural.org  
nicolas.rymzionek@mouvement-rural.org  
www.foyers-ruraux-moselle.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : Jeandelaincourt

**HAUTS DE FRANCE**

• **Circuit itinérant de l'Aisne**

N° CNC : 3465920  
FRMJC Picardie  
28 rue du Cloître  
02000 LAON  
Contact : Aurélie PATÉ  
03 23 26 34 50  
cinema@frmjc-picardie.com  
www.frmjc-picardie.com/cinema  
Association / 2004  
Tête de tournée : Montigny sur Crécy

• **Cinéligue Hauts de France**

N° CNC : 5045471  
104 rue de Cambrai  
59000 LILLE  
Contact : Anne LIDOVE  
03 20 58 14 13  
alidove@cineligue-hdf.org  
www.cineligue-hdf.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : Beaurainville

• **Ciné Rural 60**

N° CNC : 3122720  
14 rue Michel Gorin  
60000 BEAUVAIS  
contact: Cédric FIZET  
03 44 48 37 30  
contact@cinerural60.com  
https://cinerural60.com  
Association / 2002  
Tête de tournée : Le Coudray St Germer

• **Ciné en Balade 80**

N° CNC : 3277893  
FRMJC Picardie  
28 rue du Cloître  
02000 LAON  
Contact : Aurélie PATÉ  
03 23 26 34 50  
cinema@frmjc-picardie.com  
www.frmjc-picardie.com/cinema  
Association / 2004  
Tête de tournée : Moreuil

## ILE-DE-FRANCE

• **Cinessonne**

N° CNC : 2202370  
15 place Jacques Brel  
91130 RIS-ORANGIS  
Contact : Bertrand SCHMIT  
01 69 06 71 79  
06 83 26 37 46  
bertrand.schmit@cinessonne.com  
www.cinessonne.com  
Association / 2004  
Tête de tournée : Itteville

• **Est ensemble**

N°CNC : 2059033  
Circuit itinérant de Bobigny  
15 place Albert Thomas  
93140 BONDY  
Contact : Damien PEYNAUD  
01 83 74 56 70 / 06 72 88 04 73  
damien.peyraud@est-ensemble.fr  
http://cinemalraux.fr  
Com/com / 2019

## NORMANDIE

• **Génériques 1**

N° CNC : 3119122  
Ligue de l'enseignement de Basse-Normandie / Le Réseau génériques  
16 rue de la Girafe  
14000 CAEN  
Contacts : Martine LOUVEAU/Jean-Marie GROULT  
02 31 06 11 18  
generiques@laliguenormandie.org  
https://laliguenormandie.org  
Association / 1994  
Tête de tournée : Condé-sur-Vire (50)

• **Génériques 2**

N° CNC : 3142522  
Le Réseau génériques  
16, rue de la Girafe - BP 85091  
14078 Caen cedex 5  
Contacts : Martine LOUVEAU/Jean-Marie GROULT  
02 31 06 11 18  
generiques@laliguenormandie.org  
https://laliguenormandie.org  
Association / 1994  
Tête de tournée : Trévières (14)

• **SPL CinéSeine**

N° CNC : 3156393  
Mairie - Place Gaston Sanson - BP 15  
76640 Terre de Caux  
Contacts : Yoann DURAND / Kelian DIRIOU  
02 32 96 04 04  
yoan@noecinemas.com  
Société publique locale / 2018  
Tête de tournée : Fauville-en-Caux (76)

## NOUVELLE AQUITAINE

### • Association contact rural cinéma Argence Tardoire Bonnieure (CRCATB)

N° CNC : 4340411  
Mairie de Coulgens  
16560 COULGENS  
Contact : Rémi MERLE  
06 11 41 20 44  
r.merle@crcatb.fr  
www.crcatb.fr  
Association / 1983  
Tête de tournée : La Rochette

### • Centre Régional de Promotion du Cinéma

N° CNC : 4465651  
33 rue Saint-Denis  
86000 POITIERS  
Contact : Nicolas MANCEAU  
05 49 88 88 28  
nmanceau@liguenouvelleaquitaine.org  
www.cinema-crpc.org  
Association / 1983  
Tête de tournée : Vouneuil sur Vienne

### • Ciné Plus en Limousin

N° CNC : 4143772  
5 rue de l'Ascension  
23000 GUERET  
Contact : Christine LE HÜE  
05 55 52 85 82  
cineplusenlimousin@orange.fr  
Association / 1986  
Tête de tournée : Dun le Palestel

### • Ciné passion en Périgord

N° CNC : 4428711  
Centre culturel La Fabrique  
Rue amiral Courbet  
24110 SAINT-ASTIER  
Contact : Rafael MAESTRO  
05 53 02 64 97  
rafael.maestro@cine-passion24.com  
www.cine-passion24.com  
Association / 1997  
Tête de tournée : Tocane Saint-Apre

### • Camping Le Vieux Port (FAMASO)

N° CNC : 4260340  
Place robert lassalle  
40140 Soustons  
Contact : Sophie LACAUSSAGUE  
06 50 78 34 24  
cinema@atlanticsoustons.com  
Entreprise individuelle / 2006  
Tête de tournée : Messanges camping (40)

### • Artec - Vog Le Porge

N° CNC : 4321121  
40 avenue Boucicaut  
33240 SAINT-ANDRE-DE-CUBZAC  
Contacts : Youen BERNARD / Marie-Agnès BORDES  
05 56 49 60 55  
youenbernard33@gmail.com  
administration@artec-cinemas.fr  
www.artec-cinemas.com  
Société / 1985  
Tête de tournée : Le Porge

### • Concept et Technique Cinématographique

N° CNC : 4390680  
13 Allée de la Brise  
33480 Sainte-Hélène  
Contact : José SOUSA E SILVA  
06 71 90 44 92  
info-ctc@orange.fr  
Sarl / 2015  
Tête de tournée : Sainte-Hélène

### • Organisation cinématographique Favard

N° CNC : 4446204  
35 chemin du prier  
33850 LEOGNAN  
contact: Cédric FAVARD  
06 82 28 13 11  
orcifa@gmail.com  
EURL / 2016  
Tête de tournée : Vendays-Montalivet

### • Du cinéma plein mon cartable

N° CNC : 4322592  
3 rue Voltaire  
40100 DAX  
Contacts : Anthony ROUSSEL / Marlène LARROUY  
05 58 56 11 18  
dcpmci@gmail.com  
dcpmcitinerant@gmail.com  
www.cinecartable.fr  
Association / 2012  
Tête de tournée : Pouillon

• **L'écran des pins**

N° CNC : 4303803  
156 allée Mouliots  
40600 BISCAROSSE  
Contact : Pierre MANDEAU  
05 58 78 18 52  
www.cine-bisca.fr  
Société / 2019  
Tête de tournée : Parentis-en-Born

• **Tournée l'Ecran Livradais**

N° CNC : 4398525  
16 rue Nationale  
47110 SAINTE LIVRADE SUR LOT  
Contact : Alexandre ANTON  
05 53 40 27 83  
lecranlivradais-utopie@orange.fr  
www.cine-utopie.fr  
Association / 2013  
Tête de tournée : Sainte Livrade s/ Lot

• **APACAM (association promotion activité culturelle audiovisuelle Marmande)**

N° CNC : 4038592  
32 boulevard de Maré  
47200 MARMANDE  
Contacts : Myriam ZEMOUR/ Bruno TARREAU  
05 53 64 21 32  
direction.leplaza@orange.fr  
leplazamarmande.fr  
Association / 1994  
Tête de tournée : Barbaste

• **Béarn Adour Tourismes et Loisirs (BATEL)**

N° CNC : 4086860  
Mairie de Carrère  
64160 CARRERE  
Contact : Marc PEDELABAT  
06 08 45 29 46  
pedelabat.marc@gmail.com  
Association / 2000  
Tête de tournée : Carrère

## OCCITANIE

• **Arièges Images**

N° CNC : 4088371  
ADACFA (Association Développement Action Culturelle  
Foix Ariège) - L'Estive  
BP 30095  
09007 FOIX cedex  
Contact : Marie VIDAL  
05 61 05 05 59

cinema@lestive.com  
www.lestive.com  
Association / 1993  
Tête de tournée : Castelnau Durban

• **Ciném'Aude**

N° CNC : 7155143  
27 avenue De Lattre de Tassigny  
BP219  
11100 NARBONNE  
Contact : Fabrice CAPARROS  
04 68 32 95 39  
cinemaude@free.fr  
www.cinemaude.org  
Association / 1983  
Tête de tournée : Ferrals-les-Corbières

• **Mondes et Multitudes**

N° CNC : 4026180  
1 route du moulin- St Cyprien-sur-Dourdou  
12320 CONQUES-EN-ROUERGUE  
Contact : Martine LEBRET  
09 53 79 93 01 / 07 82 62 98 63  
mondesetmultitudes@gmail.com  
www.mondesetmultitudes.com  
Association / 2014  
Tête de tournée : Arviu

• **Ciné plan**

N° CNC : 7036282  
Route de Nîmes  
30260 QUISSAC  
Contact : Jean-Philippe MARIN  
04 76 16 00 95  
j.marin5@libertysurf.fr  
www.cineplan.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : Baillargues

• **Association Cinéfol 31**

N° CNC : 4431351  
43 chemin de la Garonne CS 12441  
31085 TOULOUSE cedex 2  
Contact : Pierre-Alexandre NICAISE  
06 86 81 31 30  
pan@cinéfol31.org  
contact@cinéfol31.org  
www.cineligue31.com  
Association / 1983  
Tête de tournée : Aurignac

• **Ciné Garrigues**

N° CNC : 7144230  
3 bis lotissement Le Viné  
34190 LAROQUE  
Contact : Roger TOCHE  
04 99 54 87 11  
contact@cinegarrigues.fr  
www.cinegarrigues.fr  
Association / 2000  
Tête de tournée : Durfort

• **Office Culturel Clermontais**

N° CNC : 7409142  
Circuit Alain Resnais  
Rue Roger Salasc  
34800 CLERMONT-LHERAULT  
Contact : Rémi HUSSENOT  
04 67 96 03 95  
re.hussenot@gmail.com  
www.cinema-alainresnais.net  
Association / 2020  
Tête de tournée : Saint-Pargoire

• **Road Movies**

N° CNC : 7091033  
4 rue de la Porte d'Enserune  
34310 POILHES  
Contact : Thibaut VERNAY  
06 89 38 56 24  
road-movies@orange.fr  
Société par actions simplifiée / 2020  
Tête de tournée : Cazouls-les-Béziers

• **Cinélot - cinéma itinérant FDFR du Lot**

N° CNC : 4080991  
Salle de la Tour  
46320 SAINT SIMON  
Contact : Marguerite VAYSSOUZE  
05 65 11 44 36  
fdfr46@orange.fr  
www.cinelot.com  
Association / 1999  
Tête de tournée : Cabrerets

• **Cinéco**

N° CNC : 7388371  
La Paillotte  
48110 SAIN-MARTIN-DE-LANSUSCLE  
Contact : Vincent KOPF  
04 66 45 94 41  
cineco@orange.fr  
www.cineco.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : St Germain de Calberte

• **Cinémaginaire**

N° CNC : 7253313  
Association Cinémaginaire  
71 rue de la Paix  
66700 ARGELES-SUR-MER  
Contact : Bernard ARNAULT  
04 68 08 22 16  
contact@cinemaginaire.org  
www.cinemaginaire.org  
Association / 1983 t  
Tête de tournée : Maury

• **Tournée Laporta**

N° CNC : 7430102  
14 avenue de Père Pina  
66350 TOULOUGES  
Contact : Michel LAPORTA  
04 68 55 35 10  
jamicine@orange.fr  
Entreprise individuelle / 2006  
Tête de tournée : Toulouges

• **Cinécran 81**

N° CNC : 4208981  
42 rue des Carmélites  
81000 ALBI  
Contacts : Benjamin UNTEREINER /  
Catherine PISTRE  
05 63 54 08 20  
cinecran@cinecran81.net  
www.cinecran81.net  
Association 1996  
Tête de tournée : Labastide-Rouairoux

• **Quercimages**

N° CNC : 4407140  
Association Quercimages  
Leygue  
82190 SAINT NAZAIRE DE VALENTANE  
Contact : Marc VACQUIÉ  
06 95 95 75 73  
quercimages@laposte.net  
Association / 2010  
Tête de tournée : Saint-Nazaire-de-Valentane

**PAYS DE LA LOIRE**

• **Balad'Images 44 (Familles rurales)**

N° CNC : 3466201  
Fédération régionale familles rurales des Pays de Loire  
107 rue de Létanduère  
49000 ANGERS  
Contact : Bernard GAZON  
02 41 25 38 60  
fr.paysdelaloire@famillesrurales.org  
www.baladimages.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : Missillac

• **Balad'Images 72 (Familles rurales)**

N° CNC : 3320971  
Fédération régionale familles rurales des Pays de Loire  
107 rue de Létanduère  
49000 ANGERS  
Contact : Bernard GAZON  
02 41 25 38 60  
fr.paysdelaloire@famillesrurales.org  
www.baladimages.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : Pontvallain

• **Balad'Images 49 (Familles rurales)**

N° CNC : 3374431  
Familles rurales 49 - Fédération départementale du  
Maine et Loire  
14 rue Savary  
49000 ANGERS  
Contact : David COURDIER  
02 41 18 20 00  
contact@famillesrurales49.org  
david.courdier@famillesrurales49.org  
www.famillesrurales.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : Saint-Aubin de Luigné

• **Balad'Images 85 (Familles rurales)**

N° CNC : 4099411  
Fédération départementale Familles rurales de Vendée  
119 bld des Etats-Unis - BP 40079  
85002 LA ROCHE-SUR-YON cedex  
Contacts : John PETIT / Dominique PAILLAT  
02 51 44 37 60  
contact@famillesrurales85.org  
j.petit@famillesrurales85.org  
www.famillesrurales85.org  
www.baladimages.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : La Chapelle Achard

• **Cinéambul 72**

N° CNC : 3015682  
12 square Roland Dorgelès  
72160 CONNERRE  
Contact : Ginette CHAVENEAU  
06 40 19 35 34  
ginette.chaveneau@gmail.com  
Association / 1992  
Tête de tournée : Allonnes

• **Cinévillages (tournée Barbara)**

N° CNC : 3403400  
Mairie  
49170 SAINT-GEORGES-SUR-LOIRE  
Contact : Michel BOISTAULT  
06 08 00 18 19  
president.cinevillages@gmail.com  
Association / 2015  
Tête de tournée : Saint-Martin-du-Fouilloux

## PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

### • A.D.A.M.R. Cinéma de Pays

(Association pour le développement audiovisuel en milieu rural)

N° CNC : 7345421

Z.A. Les Bastides blanches

16 rue du Roussillon

04220 SAINTE-TULLE

Contact : Jean-Marie CAYET

04 92 78 13 25

cinepays@orange.fr

cinemadepays.wix.com/cinema

Association / 1997

Tête de tournée : Roumoules

### • Ecociné Verdon

N° CNC : 7185175

Cinéma / avenue Pierre Brossolette

04800 GREOUX-LES-BAINS

Contact : Jean-Marc PARIS

04 92 79 82 18

contact@ecocine.fr

jm.paris@ecocine.fr

www.ecocine.fr

Association / 2017

Tête de tournée : Gréoux-les-bains

### • Ciné Vadrouille

N° CNC : 7106681

Mairie d'Aspres lès Corps

05800 ASPRES LES CORPS

Contact : Régine ZECONI

06 71 93 47 33

cinevadrouille@aol.com

Association / 1998

Tête de tournée : Chauffayer

### • Cinéode

N° CNC : 7701400

Cinéma La Tanière

La joue du loup - les Arcades

05250 DEVOLUY

Contact : Olivier DEFOSSE

04 92 46 12 90

cineode.fr

Sarl / 2013

Tête de tournée : Devoluy

### • Cinéma (Plein air la Citadelle)

N° CNC : 7456305

38 rue Darbray

06000 NICE

Contact : Maurice STEFANUCCIO

06 80 43 42 54

cinemau@free.fr

Société / 2004

Tête de tournée : Villefranche-sur-Mer

### • Cinémas de la Rosière 1

N° CNC : 7081080

Circuit itinérant c/o Cinema La Strada

201 avenue de Cannes

06370 Mouans-Sartoux

Contact : Adrien BOREL / Yann MILIEN

04 2 92 20 13

itinerant@cinelastrada.fr

direction@cinelastrada.fr

Société / 2002

Tête de tournée : Cabris

### • Cinémas de la Rosières 2

N° CNC : 7404350

Circuit itinérant c/o Cinema La Strada

201 avenue de Cannes

06370 Mouans-Sartoux

Contact : Adrien BOREL / Yann MILIEN

04 2 92 20 13

itinerant@cinelastrada.fr

direction@cinelastrada.fr

Société / 2002

Tête de tournée : Saint-Martin de Vésubie

### • Tournée DK Production

N° CNC : 7119812

6179 route du broc

06510 CARROS

Contact : Karine DEGRANDSART

04 93 24 48 05

dkprod1@sfr.fr

Société / 2009

Tête de tournée : Contes

### • Ciné Bonne nouvelle

N° CNC : 7213542

20 cours Victor Hugo

13370 MALLEMORT

Contact : Patrice PANZA

04 13 05 00 65

cinebonnenouvelle@cegetel.net

Association / 1996

Tête de tournée : Lambesc

• **Les cinémas de St Raphael**

N° CNC : 7224532  
90 avenue Victor Hugo  
83700 SAINT-RAPHAEL  
Contact : Jean-Marie CHARVET  
04 94 83 36 51  
cinema.lido@orange.fr  
Société  
Tête de tournée : Levens

• **Cinéma du soleil /Ciné 83**

N° CNC : 7310645  
FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 1993  
Tête de tournée : Pierrefeu-du-Var

• **GIE Cinéma du soleil Ciné 83**

N° CNC : 7086173  
FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 1993  
Tête de tournée : Carcès

• **GIE Cinéma du soleil Ciné 83**

FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 1993  
Tête de tournée : Puget-ville

• **GIE Cinéma du soleil Ciné 83**

N° CNC : 7333600  
FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 2005  
Tête de tournée : Régusse

• **GIE Cinéma du soleil Ciné 83**

N° CNC : 7362614  
FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 1993  
Tête de tournée : La Seyne-sur-mer

• **GIE Cinéma du soleil Ciné 83**

N° CNC : 7364961  
FOL du Var - 68 avenue Victor Agostini  
83000 TOULON  
Contacts : Sandrine FIRPO / Jean-Marie BORELLO  
04 94 24 72 86  
cine83@laligue83.org  
www.fol83laligue.org  
Association / 1996  
Tête de tournée : Montfort-sur-Argens

• **Ciné Bleu (Foyer rural)**

N° CNC : 7160410  
7 rue Pasteur  
83890 BESSE-SUR-ISSOLE  
Contact : Alain FORESTO  
04 94 59 69 16  
cinebleu@yahoo.fr  
Association / 2012  
Tête de tournée : Flassans-sur-Issole

• **Association La Strada**

N° CNC : 7210701  
Résidence Le Voltaire  
100 Cours Fernande Peyre  
84800 L'ISLE S/ SORGUE  
Contact : Jean-Paul CHASTEL  
04 90 38 29 28  
cinemalastrada@free.fr  
cinemalastrada.free.fr  
Association / 1992  
Tête de tournée : Lacoste

• **Cinéval 1**

N° CNC : 7463372  
12 chemin du rond-point des Verdeaux  
84370 BEDARRIDES  
Contacts : François NICOLAS / André FORTOUL  
04 90 33 57 22 / 06 18 42 63 90  
cineval84@free.fr  
www.cineval84.free.fr  
Association / 1996  
Tête de tournée : Visan

• **Cinéval 2**

N° CNC : 7082752  
12 chemin du rond-point des Verdeaux  
84370 BEDARRIDES  
Contacts : François NICOLAS / André FORTOUL  
04 90 33 57 22 / 06 18 42 63 90  
cineval84@free.fr  
www.cineval84.free.fr  
Association / 2002  
Tête de tournée : Camaret-sur-Aigues

• **Cinéval 3**

N° CNC : 7463372  
12 chemin du rond-point des Verdeaux  
84370 BEDARRIDES  
Contacts : François NICOLAS / André FORTOUL  
04 90 33 57 22 / 06 18 42 63 90  
cineval84@free.fr  
www.cineval84.free.fr  
Association / 2014  
Tête de tournée : Caromb

• **Basilic Diffusion - La Tournée du Cigalon**

N° CNC : 7430923  
Association Basilic diffusion  
70 cours Pourrières  
84160 CUCURON  
Contact : Clémence RENOUX  
09 72 34 62 04  
clemence.renoux@basilicdiffusion.org  
Association / 2019  
Tête de tournée : Tour d'Aigues

**OUTRE-MER**

• **Cadice Cine Woulé (centre d'actions et de développement d'initiatives culturelles)**

N° CNC : 0723001  
CADICE Ciné Woulé  
Bâtiment tropiques Atrium  
6 rue Jacques Cazotte  
97200 FORT-DE-FRANCE  
Contact : Chantal SACARABANY-PERRO  
05 96 71 96 16 / 06 96 21 29 35  
chantal.sacarabany@orange.fr  
www.cinewoule.fr  
Association / 2016  
Tête de tournée : Fort-de-France

• **Ciné Woulé Guadeloupe**

N° CNC : 0724400  
676 A chemin de Barbotteau  
97170 PETIT-BOURG  
Contact : Jean-Marc CESAIRE  
05 90 21 37 99 / 05 90 26 55 28 / 06 90 61 78 77  
cinewoule.kc@orange.fr  
www.cinewoule.com  
Association / 2019  
Tête de tournée : Deshaies