



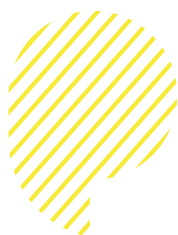
QUELS MEDIATIONS ET PROJETS À DESTINATION CC

DES ADOS ET JEUNES ADULTES ?

Partant des éléments saillants de l'étude présentée la veille, il s'agit ici de potentialiser les exemples et réflexions échangés lors de la table ronde « Les salles de cinéma et les ados : un besoin de médiation » et permettre à chaque médiateur de porter une évaluation sur ses propres actions à destination des 15-25 ans et d'envisager un objectif atteignable en 2021.

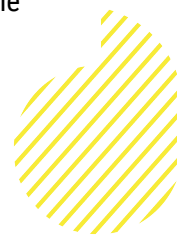
Avec Claudine Le Pallec Marand, programmatrice et enseignante de cinéma ; David Broutin, directeur de l'association De la suite dans les images ; Fabienne Fourneret, coordinatrice Diffusion culturelle au sein de l'Acap - pôle régional image.

Ce temps d'échanges, qui a eu lieu le 2 décembre 2020, est le premier d'une série de rendez-vous que l'Acap - pôle régional image et De la suite dans les images souhaitent mettre en place tout au long de 2021.



« Programmer et communiquer ne suffit plus. »

William Benedetto - directeur de l'Alhambra Marseille



LES ÉCRANS, LES IMAGES ET LES JEUNES **Etude**

En tant que pôle régional d'éducation aux images, nous observons le phénomène d'omniprésence des écrans depuis de longues années. Nous avons décidé en 2020 d'y regarder de plus près en partant de données objectives propres à notre territoire, à travers une étude qui décrypte les pratiques de plus de 6 000 jeunes de 11 à 18 ans habitant la région Hauts-de-France.

Avec Claire Hannecart, sociologue à SoCo Etudes, Dorien Heyn Papousek, chargée de mission observatoire et émergence à l'Acap - pôle régional image, Thierry Cormier (modérateur), conférencier et formateur en cinéma et audiovisuel.

LES SALLES DE CINÉMA ET LES ADOS : UN BESOIN DE MÉDIATION ? **Table ronde**

Alors que les professionnels s'inquiètent de la baisse de fréquentation des 12-25 ans dans les salles de cinéma et que le confinement n'a pas permis aux séances scolaires de se déployer, comment faire pour que le 7ème art et les adolescents se rencontrent davantage ?

Avec William Benedetto, directeur du cinéma l'Alhambra à Marseille (pôle d'éducation aux images), Dimitri Euchin, médiateur culturel au Studio 43 à Dunkerque, Claudine Le Pallec Marrand, enseignante en cinéma, Thierry Cormier (modérateur), conférencier et formateur en cinéma et audiovisuel.

I - RÉCITS D'EXPÉRIENCES : DES IDÉES PARTAGÉES

« Les Chroniqueurs » du Studio 43 : une pré-sélection est soumise à un groupe d'adolescents, le choix final du film à diffuser en public leur revient. A eux ensuite de faire la promotion d'une séance tout public qu'ils animeront.

« Éducation à la citoyenneté et au cinéma », des projets mis en place avec Unis-cité.

Festival La Fureur de Voir qui se produit à l'issue d'un ciné-club. Les lycéens organisent tout : médiation, réalisation des affiches, idées de personnalités à inviter, gestion de la caisse, etc.

Partenariat avec les professeurs de langues qui jouent un rôle de relais et peuvent proposer aux internes de lycées des séances en VO, hors temps scolaire.

Organisation de la semaine du développement durable (du 18 septembre au 8 octobre 2020 a lieu la Semaine européenne du développement durable) avec un comité d'élèves délégués qui peut promouvoir sa sélection auprès de ses camarades de classe.

Atelier de création avec les club-ados (centres sociaux ou gérés par les municipalités) : courts-métrages à diffuser en avant-programme lors de la séance d'Halloween par exemple.

« *Ados et Cinéma* » (projet 2007) : proposition d'un cycle de trois films axé sur les blockbusters avec présentation et discussion ensuite.

Constitution de commissions de programmation avec des élèves. Création d'avant-programmes fabriqués par exemple sur Instagram ou sur iPhone. Le réseau TikTok est très adapté à la diffusion de vidéos de ce genre.

« *A Bruay-La-Buissière, des capsules contenant les réactions filmées des élèves sont projetées après les séances ce qui permet une circulation et une légitimation de la parole des jeunes* ». Le réseau TikTok est très adapté à la diffusion de vidéos de ce genre.

Partenariat avec le centre social, sur des films choisis par les jeunes avec un temps de pique-nique ensuite lors duquel ils peuvent parler du film qu'ils viennent de regarder.

Atelier de story-boarding et tournage d'une bande-annonce.

Accueil d'un « off » de Séries Mania.

Organisation de différents parcours de cinéma dans le cadre d'un contrat local d'éducation artistique (CLEA) : une visite cabine + séance film, et plusieurs séances avec un vidéaste pour de la création.

Mise en place de ciné-clubs par âge (12-15 ans, 16-18 ans...).

Pour un même groupe constitué, alternance de séance publique et atelier (création, analyse filmique, ateliers : son, bruitage, valeurs de plan ...).

Restitution des films vus ou créés en salle en avant-programme avec tarif préférentiel pour les familles des invités lors d'une soirée.

Organisation d'ateliers pocket films. Le numérique doit être valorisé comme pratique collective et incluante plus que comme communication (sans nier totalement son importance).

Et pourquoi pas l'animation d'une chaîne Youtube pour leur parler directement ?

Sophie
présente
LE CINÉMA



Scanner ce code avec
votre appareil photos
pour lancer la vidéo

II - CONCLUSION : OBSERVATIONS À CE STADE

Cet état des lieux a révélé de grosses différences entre salles. On remarque que chaque cinéma se situe à des étapes différentes de leur développement. Les uns ont déjà mis des actions en place et sont à la recherche d'améliorations, d'affinements, d'autres n'ont pas encore ni les moyens techniques, ni les moyens humains, pour mettre en place des actions ou aller chercher les publics/groupes.

Les circuits itinérants ont besoin de lieux stables dans les municipalités ; les salles qui ont déjà des groupes constitués avec des lycées et des centres sociaux, souhaitent d'autres exemples d'actions à mener ; les salles qui ne parviennent pas à mettre en place des actions ont besoin d'être accompagnées et de participer régulièrement à des temps de formations et d'échanges, d'être boostées par le collectif ; les salles souhaitent du « clef en main » pour adolescents - type escape game - tournant dans plusieurs salles.

La problématique du territoire est à considérer dans son projet de salle, de programmation, d'actions, de surcroît quand il est partagé. Comment se positionner lorsque l'on partage sa zone d'influence cinématographique avec un multiplexe, participant en plus aux dispositifs scolaires ?

Il faut être en capacité d'avoir une proposition qui se distingue : être dans l'alternative, dans le complément, dans l'accompagnement, dans le prolongement des séances.

Par ailleurs, en milieu rural, on recense très peu d'ados et de jeunes adultes : la tranche des 15-35 ans est une « dent creuse », les 15-24 ans comptabilisent 3,5 % du public des circuits itinérants. Aussi, un partenariat avec un cinéma fixe s'avère pour ces derniers essentiel pour l'organisation de séances avec des groupes de jeunes sur une thématique ciblée.

L'attractivité de nos équipements est une grande priorité au regard des pratiques des jeunes ados et adultes : rénover son établissement, ses équipements.

On sait que les jeunes préfèrent aller dans des établissements avec davantage d'écrans, mais ils aiment surtout la qualité des équipements et des services, type confiserie. L'importance de l'image que renvoie le cinéma est donc essentielle. La salle ne doit pas paraître « vieille », « moche », « mal équipée ». Un équipement vieillissant ne séduira pas les jeunes.

Le lien avec les ados doit se construire de façon spécifique :

- la pratique (ateliers de création, nouveaux usages numériques...) semble être d'un abord plus évident que la diffusion ;
- partir des pratiques des jeunes et mettre l'accent sur des créations innovantes ;
- il est important de valoriser la parole et la présence des jeunes ;
- s'emparer des moyens de communication propre à la jeunesse en commençant par connaître par exemple leurs propres usages.

III - LES OBJECTIFS : 2021 VERS UNE RECONQUÊTE DE TOUS LES PUBLICS

Concernant les publics, plusieurs aspects sont à travailler continuellement, mais divergent dans leur approche : le renouvellement des publics (sur le long terme, éducation aux images) ; la fidélisation (attractivité et affectivité du lieu) ; le soutien à la fréquentation (ou comment aller chercher le groupe « mère »).

« Il faut créer des itinéraires, envoyer des signaux et éviter à tout prix l'autocensure. »

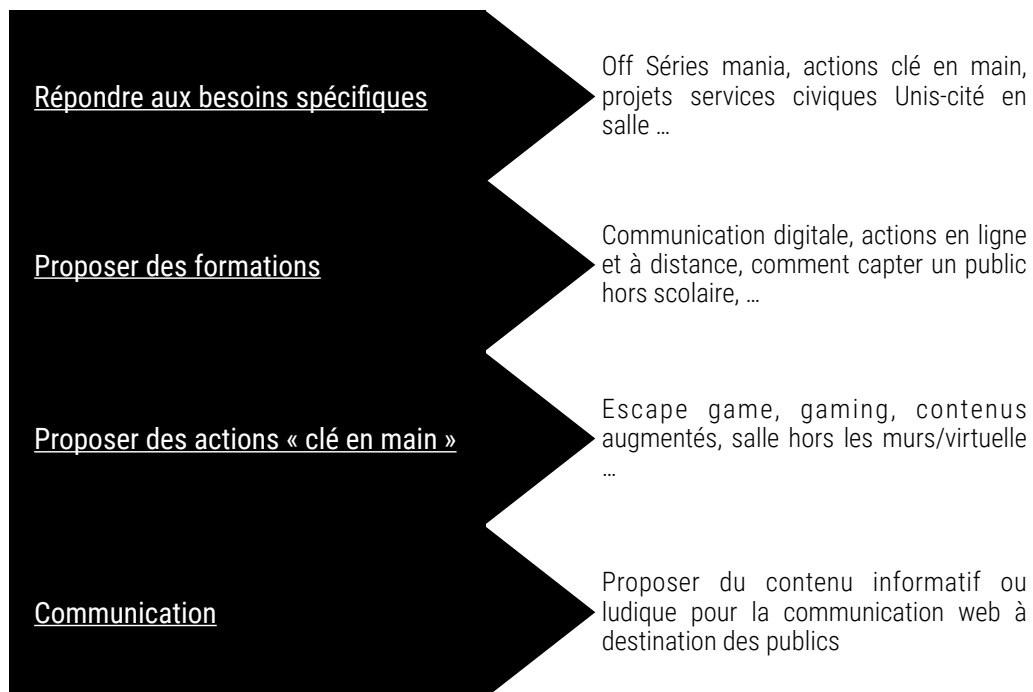
Le travail en amont :

- Il faut repérer et profiter des groupes déjà constitués : lycéens, groupe d'un centre social...
- Avoir des relais extérieurs : un animateur, un professeur, un cinéphile, etc.
- Observer : connaître les jeunes qui viennent dans votre cinéma, repérer ceux qui viennent souvent et pourquoi pas leur poser des questions.
- Se rappeler que la salle de cinéma a un rôle de prescription et d'éditorialisation : « les cinémas sont des sémaphores ! » Ce sont eux qui guident les publics pour trouver leurs films.
- Les cartons numériques, au même titre que les bandes-annonces, sont à projeter de manière ciblée. Les distributeurs proposent des bandes annonces spéciales à destination du jeune public. Cf **Article Boxoffice**
- Ne rien s'interdire en terme de programmation. Tous les films montrent un certain rapport au monde qu'on peut travailler et questionner, même les blockbusters.
- Le travail doit se faire progressivement et sur la durée pour les faire venir sur une action liée à un blockbuster pour ensuite pouvoir leur proposer un autre genre de films.
- Impliquer les ados dans l'organisation des séances (c'est en effet une piste pour qu'ils deviennent acteurs et non simples spectateurs).
- Faire de la promo sur les bons réseaux via des jeunes que l'on connaît (TikTok @lescinéphiles).
- Modéliser des actions qui conviendraient à tout le monde est une fausse idée. Il faut imaginer des concepts adaptés pour chaque public.
- Nécessité de sensibiliser les associations avec lesquelles certaines salles travaillent pour accompagner l'action culturelle.
- Le numérique qui doit être valorisé comme pratique collective et incluante plus que comme communication (sans nier totalement son importance).
- La restitution des films créés en salle est essentielle pour valoriser les jeunes, leurs talents et faire venir les familles au cinéma.
- Se servir des événements nationaux : Mois du film documentaire, Journée européenne du cinéma art et essai, Semaine du développement durable, Fête du court métrage, Journée des droits de la femme, Semaine du goût ... (**de la cerise**)

Quelques autres pistes :

- Associer une pratique numérique (ex : nombreux tutos photo vidéo sur TikTok)
- Proposer des actions plus "modernes", plus adaptées à ce que recherchent les jeunes
- Wonder Woman avec un tuto exclusif sur YouTube
- Un film associé à un Escape Game
- Proposer des programmes "augmentés" avec flash code pour des contenus ludiques
- Mutualiser les intervenants
- Mettre en place une double programmation (associer 2 films différents avec un fil conducteur)
- Faire participer son public à la programmation en le faisant voter sur Facebook de manière ludique, TikTok ou Instagram pour les plus jeunes

OBJECTIFS 2021 POUR L'ACAP - PÔLE RÉGIONAL IMAGE ET DE LA SUITE DANS LES IMAGES



CONTACTS

Fabienne Fourneret

Coordinatrice Diffusion culturelle
fabiennefourneret@acap-cinema.com

Acap - pôle régional image

8, rue Dijon - BP 90322 -
80003 Amiens cedex 1
Tél. : 03 22 72 68 30

www.acap-cinema.com



David Broutin

Directeur De la suite dans les images
david@delasuitedanslesimages.org

De la suite dans les images

20 Rue Georges Danton,
59000 Lille

Tél. : 03 20 93 04 84

www.delasuitedanslesimages.org



L'Acap - pôle régional image reçoit le soutien du Ministère de la Culture - DRAC Hauts-de-France, de la Région Hauts-de-France, du Conseil départemental de l'Oise et du Centre national du cinéma et de l'image animée.