

Distribuer et promouvoir le court métrage d'animation

En présence d'Anne-Françoise REYNDERS (Agence belge du court métrage), d'Arnaud DEMUYNCK (Les Films du Nord et La Boîte, ...Production), d'Annick TENINGE (La Poudrière) et de Justine MONTAGNER, modératrice.

Justine Montagner ouvre la discussion : pourquoi distribuer des courts d'animation ?

Pour Annick Teninge, directrice de La Poudrière, école de réalisation de films d'animation qui distribue les films de fin d'études de ses élèves, la question trouve trois réponses : la première est de donner la chance aux élèves de trouver leur public, la seconde est de faire de leur film une carte de visite, la dernière est de faire rayonner l'école, dont c'est l'unique stratégie de communication.

Pour Arnaud Demuynck, réalisateur et producteur, c'est le partage avec le public qui justifie la création et la distribution.

Producteur de films d'animation depuis vingt-cinq ans, il n'imaginait pas à ses débuts être si heureux de trouver son public. Et c'est des suites du succès de Kirikou qu'Arnaud Demuynck s'est vu abordé par un distributeur en recherche d'autres longs d'animation. Or, le constat d'alors fut que l'offre n'existait pas. Arnaud Demuynck et son équipe se sont alors décidés à mettre en place des programmes de courts agencés par thème. Les entrées nombreuses ont confirmé que l'initiative fut excellente. Il s'agissait ensuite de poursuivre ce travail et l'idée est venue de créer un personnage ambassadeur ; La Chouette du cinéma, dont la mission est de présenter aux enfants les recueils thématiques. Le premier programme de la série, La Chouette, entre veille et sommeil (2016) a fait 125 000 entrées pour cinq courts de sept – huit minutes chacun.

Tout un travail périphérique accueille ces programmes : une éducation à l'image, des jeux à distribuer, des livres, des e-books... Les exploitants en sont friands, cela offre une animation lors du goûter d'après séance. Ils ont également monté l'expo La Chouette rencontre la Moufle.

Vingt programmes sortent par an en France et cumulent des millions d'entrées. Alors pourquoi distribuer ? demande à nouveau Arnaud Demuynck. 'Pour le public', répond-il, sur lequel on peut travailler.

Justine Montagner demande à Anne-Françoise Reynders sur base de quel constat est née l'Agence belge du court métrage ?

Anne-Françoise Reynders explique que la diffusion est un travail laborieux, prenant un temps que personne n'a. L'idée leur est donc venue de créer une structure de distribution se chargeant de l'inscription en festivals (belges et internationaux) et du suivi. L'agence, qui s'occupe de tout type de courts, aussi bien d'animation, de fiction ou documentaire, se charge en outre des ventes télé et constitue également des programmes de courts à distribuer dans les salles. L'Agence prend éventuellement en charge des films d'étude, dépendamment de l'école et de son fonctionnement. Ils ont par exemple un accord avec La Cambre et se chargent de la vente de deux de leurs films. En ce qui concerne spécifiquement le court d'animation, l'Agence sélectionne les festivals d'animation ou les festivals de fiction qui accueillent aussi l'animation.

Quant à La Poudrière, l'école se charge de l'inscription à une sélection de soixante festivals d'animation français et internationaux. Lorsqu'un festival sollicite un élève ou qu'un élève

désire concourir à un festival non sélectionné par l'école, cette dernière dépose alors les films à L'Agence française du court métrage, qui gère la demande.

Justine Montagner demande si l'on peut dès à présent souligner l'importance de bien sélectionner les festivals dans lesquels on s'investit, d'autant que l'inscription en festival coûte de l'argent.

Anne-Françoise Reynders confirme que l'inscription en festivals coûte souvent cher et ajoute que les festivals demandent une exclusivité. Il y a de surcroît des deadlines et des mises à jour à tenir. C'est donc coûteux et laborieux. Elle enjoint également à trouver une structure en sortant de l'école : trouver une boîte de production ou monter sa boîte de production.

Arnaud Demuynck conseille de connaître la liste des festivals de classe A. Il informe qu'une sélection dans ce type de festival ouvre la possibilité de demande de soutien à la Fédération Wallonie-Bruxelles qui subside la promotion jusqu'à quatre-mille euros. Il en souligne l'importance étant donné le coût important des inscriptions.

Annick Teninge note la fierté de ses élèves sélectionnés dans les grands festivals, mais elle souhaite faire la part belle à la satisfaction que vivent les élèves lorsqu'ils côtoient des réalisateurs, des animateurs dans les petits festivals. Cela permet l'échange et la rencontre dans la détente et l'accessibilité.

Annick Teninge ajoute que gagner un prix en festival est un levier important pour vendre le film en télévision.

Justine Montagner propose d'aborder dès lors les opportunités liées aux ventes télé.

Anne-Françoise Reynders explique qu'il est plus difficile de vendre aux télévisions des films d'animation pour enfants. Pour le reste, Arte ou Canal + sont des acquéreurs potentiels, bien que, regrette-elle, cela se réduise actuellement.

Arnaud Demuynck quant à lui, essaye de pré-vendre le film à Arte, à Canal ou à France Télévisions. Cela donne une meilleure assise de production.

Il rappelle que la RTBF produit dix courts par an, dont un d'animation. Et que Be TV fait de la coproduction, à hauteur de sept-mille euros.

Néanmoins, il est vrai qu'autant le potentiel en salle est grand, autant les télévisions se tourneront davantage vers des séries. Il produit donc des slots de vingt-six minutes afin de les vendre aux télévisions. Arnaud Demuynck leur propose également ses programmes, d'une durée moyenne d'une heure. Le format est légèrement perturbant pour le public, mais commence à fonctionner.

Arnaud Demuynck rappelle l'existence d'opportunités à la VRT et en Flandres.

Annick Teninge parle de la chance en France d'être bien soutenu par les chaînes télé qui financent le cinéma, qui s'investissent en préachat ou en coproduction. Les financements sont en effet plus conséquents qu'un achat une fois le film terminé. Il arrive même que des chaînes achètent certains travaux en cours de réalisation à La Poudrière, et cela constitue une grande chance pour les étudiants élus. Mais Annick Teninge pense que c'est propre à la France.

Justine Montagner propose d'aborder la question des plateformes qui diffusent les courts en ligne.

C'est la grande question du moment, note Anne-Françoise Reynders. Quand une télé achète un film, elle le diffuse de manière linéaire, c'est-à-dire sur la chaîne, et d'une manière dite non linéaire, en VOD, sur le site. Cette situation est récente et peu cadrée.

Arnaud Demuynck évoque l'espoir que constitue le VOD, censé remplacer le DVD. Il y voit un grand avenir, quoique pour l'instant, quelques centimes reviennent aux auteurs, voir rien du tout, étant donné que des distributeurs demandent la VOD gratuitement. Arnaud Demuynck met en garde sur les contrats d'exclusivité sur VOD car l'exclusivité non linéaire n'est pas souhaitable.

Finalement, Justine Montagner interroge la diffusion sur YouTube (ou plateforme similaire) en tant que potentielle stratégie de diffusion.

C'est un sujet délicat, note Arnaud Demuynck. La signature d'un contrat prévient normalement de la diffusion gratuite. D'autre part, diffuser sur YouTube baisse la valeur de diffusion pour une chaîne ayant payé le film sept ou dix-mille euros.

Si le film a été diffusé sur YouTube avant achat, la chaîne demandera éventuellement le retrait, le temps du contrat.

Pour Arnaud Demuynck, il faut laisser au film le temps de faire son circuit, de passer en festival, en télévision... et dans l'éventualité où le film sort en DVD, il ne voit aucun sens à la diffusion gratuite en ligne.

Arnaud Demuynck note aussi que si le désir de partager gratuitement se fait sentir, choisir son audience dans un cercle restreint, amical ou familial, demeure une possibilité.

Anne-Françoise Reynders confirme : il s'agit de permettre au film d'effectuer son circuit de diffusion. C'est une fois ce circuit terminé que le débat commence, un débat à tenir avec le producteur, éventuellement.

Annick Teninge comprend le désir de mettre son film en ligne. Cependant, La Poudrière est catégorique : l'école ne soutient pas la gratuité et souhaite que les auteurs puissent vivre de leurs créations. L'Agence française du court métrage s'est battue pour faire valoir le court et pour Annick Teninge, il s'agit de perpétuer ce travail et d'enjoindre à considérer la valeur d'une œuvre. Dans cette optique, une œuvre n'est pas gratuite, et la professionnalisation ne saurait se passer de la valeur.

Elle rajoute que l'on peut certes avoir l'air réactionnaire en se positionnant contre la gratuité, mais qu'il s'agit d'équilibres économiques, et la gratuité 'casse' ces équilibres. Pour Annick Teninge, il faut choisir un camp et La Poudrière a choisi le sien.

Annick Teninge souligne aussi la politique d'une plateforme comme Vimeo, qui propose une qualité sélective avec des Staff Picks et des possibilités de diffusion en mode privé. Ils réfléchissent à un modèle d'abonnement avec une sélection qualitative et se dirigent donc vers une éditorialisation, à l'image des chaînes télé. Annick Teninge évoque également la revue Bref, dont chaque numéro proposait un DVD, en accord avec l'Agence française du court métrage. La revue vient de basculer en numérique, avec une mise en ligne de films sur une durée limitée. Il y a ici encore une protection de ce qui est considéré comme une œuvre, pourvue d'une valeur. Ce fonctionnement est donc un exemple d'entre-deux.

Pourquoi donc diffuser le film d'animation ? Pour la rencontre de l'œuvre et de son public conclut Justine Montagner.