

# BOXOFFICE<sup>®</sup> PRO

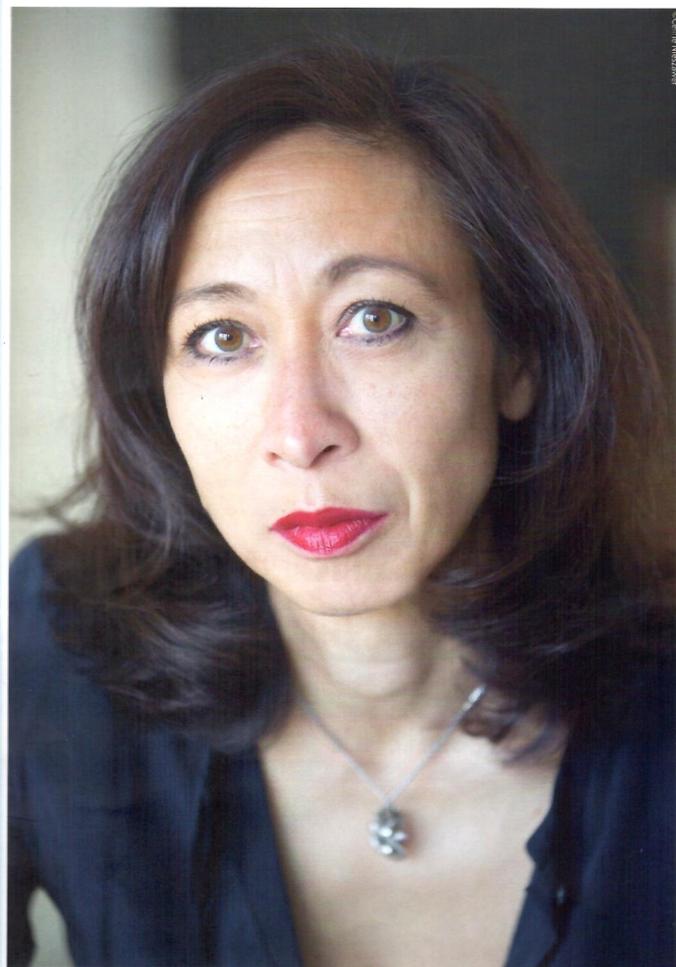
## LE SCARE EN FORM'ACTION





# Il faut investir la sphère numérique au profit de la rencontre physique

BÉATRICE BOURSIER, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DU SCARE



© Cécile Nizem

**Le Syndicat des cinémas d'art, de répertoire et d'essai, qui regroupe 430 établissements, organise fin mars une formation inédite en ressources humaines ouverte à tous. L'occasion de faire le point avec sa déléguée générale sur la fin prochaine du Tour de France digital et d'évoquer les futurs projets, avec toujours la vocation d'apporter aux petites exploitations des outils similaires aux circuits.**

## **Quel a été le point de départ de cette nouvelle formation ?**

C'est une idée que nous avions déjà avant la pandémie. Diriger une salle de cinéma nécessite des compétences multiples, de la gestion financière à celle d'un bâtiment, en passant par le marketing, ainsi que les ressources humaines. Or les exploitants sont rarement formés dans ce domaine, pourtant primordial pour le bon fonctionnement de leur équipe. Lors du dernier congrès de Deauville, les salles, notamment de la moyenne exploitation, ont exprimé le besoin d'une telle formation, après des phases de fermeture et réouverture qui ont fortement impacté la cohésion et la motivation du personnel. Nous proposons donc, les 24 et 25 mars prochains, quatre modules de formation à destination des directeurs et responsables d'équipes tous types de cinémas confondus, animés par Aurélie Di Donato (fondatrice de l'association Les Doigts dans la prise), Solenne Bianco (diplômée de l'École des Ressources Humaines IGS-RH à Paris) et Sultan Gunel (avocate en droit du travail). Les inscriptions sont possibles jusqu'au 17 mars par mail.

## Plus de 500 salariés de cinéma ont déjà été formés lors des 12 sessions du Tour de France digital. La dernière formation se tiendra prochainement en Île-de-France, au CNC.

**Les ressources humaines englobent une multitude d'enjeux : sur quels aspects allez-vous principalement insister ?**

Tout d'abord, s'assurer que l'exploitant applique bien le droit du travail et la convention collective à laquelle son cinéma appartient ; la connaissance de ces textes apporte davantage de sérénité au management. Cette formation doit aussi permettre de poser les bases d'une qualité de vie au travail pour les équipes. Sur ce point, nous aborderons la question des violences et du harcèlement sexistes et sexuels au travail, mais sans entrer dans les détails qui sont approfondis dans la formation du CNC, ouverte à partir de cette année aux exploitants. Nous allons également partager des pistes pour relancer la motivation d'une équipe et valoriser le capital humain en tenant compte des compétences de chacun. L'idée globale est d'apporter aux exploitants des clés pour instaurer un climat plus positif afin de rendre le management plus agréable et efficace. Nous souhaitons suivre les évolutions de chacun en organisant, dans quelques mois, une troisième journée de formation sous forme de point d'étape.

**Le Scare est très actif sur le volet formation depuis plusieurs mois : comment cette bascule s'est-elle opérée ?**

Notre rôle de syndicat est de faire perdurer notre profession, en donnant les moyens à nos adhérents d'améliorer leurs pratiques professionnelles. En 2016, nous avons lancé un questionnaire pour prendre un peu le pouls sur les besoins en formation. En 2018, s'est présentée l'opportunité d'animer un atelier sur le marketing digital au Sommet des Arcs. C'est à partir de là que l'envie de développer le volet formation a vraiment pris de l'envergure. Plus récemment, le Scare a obtenu la certification Qualiopi, prouvant que nos formations répondent à des normes de qualité, avec un vrai suivi dans le temps, et peuvent, de fait, être prises en charge par des organismes comme l'AFdis ou Uniformation. J'attire d'ailleurs l'attention sur ce dernier point : souvent, les exploitants ne participent pas aux sessions par manque de temps mais également par méconnaissance de la prise en charge. Or, l'exploitation dispose d'un fonds mutualisé important qui peut être utilisé sur demande de l'employeur. Il ne

faut pas hésiter à y recourir pour la nouvelle formation [1 120 € net avec une possible prise en charge, ndlr].

**Parmi les actions d'ampleur menées récemment par le Scare figure le Tour de France digital. Lancé en 2019, il touche bientôt à sa fin : quel est le bilan ?**

Nous avons formé plus de 500 salariés de cinéma à travers douze régions, il ne reste que l'Île-de-France pour laquelle la session doit se tenir au CNC, mais la situation sanitaire complique l'organisation. C'est pour l'instant une vraie réussite, avec des retours très positifs des participants, qui ont manifesté un intérêt certain pour ces formations, axées autour de deux outils : les réseaux sociaux et le site internet. Chaque journée s'est déroulée en présence des équipes et de la direction du CNC (du cinéma, de la transformation numérique ou de la création, des territoires et des publics), et a bénéficié du soutien des associations régionales et syndicates d'exploitants. Cela a aussi été une occasion de communiquer avec les régions et auprès des médias locaux sur les actions menées par les salles. Le Scare serait ravi de poursuivre ces formations et d'embarquer pour un nouveau Tour de France avec le CNC!

**Qu'est-ce qu'il faut encore améliorer ?**

Le digital est un univers très vaste, donc une formation d'une journée et demie n'est pas suffisante, bien que nous l'ayons faite évoluer au fur et à mesure. Nous avons ainsi conduit d'autres sessions en tant qu'organisme de formation avec prise en charge OPCO, en proposant de nouveaux modules comme la newsletter (en novembre en Normandie en collaboration avec Macao et en janvier en Bretagne avec Cinéphare et la Règle du Jeu) et allons poursuivre en Languedoc-Roussillon avec l'ACCILR début juin.



Les sessions de formation s'étalent sur une journée et demie.



Ces formations visent à fournir aux petites exploitations des outils similaires aux circuits.



Nous avons tout de même eu du mal à mobiliser les équipes. Il est plus que jamais nécessaire pour une salle de cinéma de maîtriser ces outils numériques pour éviter une fracture avec les nouvelles pratiques de consommation du public, mais tout le monde n'en a pas forcément conscience. Il s'agit d'investir cette sphère numérique au profit de la rencontre physique avec les spectateurs. Nous allons lancer prochainement des formations aux nouveaux médias, comme Discord, TikTok ou Twitch ; les exploitants sont demandeurs. Pour ces sessions, nous faisons appel à des formateurs issus d'agences spécialisées comme LuckyTime, La Grande Ourse Communication ou Silenzio.

**Outre l'Atelier des sorties que vous souhaitez pérenniser, quels sont les autres projets que le Scare entend mettre en place ?**

Nous développons deux initiatives autour de la donnée que nous avons présentées lors de notre assemblée générale de septembre dernier. L'une s'intègre dans l'appel à projets 15/25 ans et consiste à mettre en place un portail pour les salles indépendantes et art et essai pour accroître leur visibilité et leur ancrage territorial. Il s'agit aussi d'améliorer la communication avec les portails des collectivités territoriales, par exemple autour des

animations organisées par les salles, actuellement annoncées sur les sites de certains territoires et totalement occultées sur d'autres. Une meilleure prise en compte des données par les API (interface de programmation d'application) permettra de mettre en valeur la spécificité de chaque cinéma et une meilleure utilisation des contenus qu'elles produisent.

Le deuxième projet, en cours de test avec l'agence Klox, concerne une collecte de données, via des cookies, permettant aux distributeurs de cibler davantage leurs campagnes vers des spectateurs de salles art et essai, avec le Scare comme tiers de confiance. Une façon de ne pas laisser la communication digitale sur les films être adressée uniquement au public des circuits.

Ces deux opérations participent à notre adaptation aux usages actuels en vue de valoriser la diversité tout en évitant l'uniformisation propagée par les algorithmes. La diversité passe par l'éditorialisation élaborée par les salles comme par les distributeurs. Le Scare entend renforcer la capacité des exploitants à gagner et fidéliser un public et défendre cette indépendance, de plus en plus menacée.



Les adhérents du Scare aux côtés de Magali Valente, directrice du cinéma au CNC, à Deauville, en septembre 2021