



## OPÉRATION "TOUS EN SALLE"

# BRÉSIL: LE SYSTÈME DES SPONSORS ART ET ESSAI

Elsa Rabaux et Wanda Schpoliansky nous envoient leur premier récit de leur tour du monde des salles en 300 jours (voir "Ecran Total" n° 739). Escale au Brésil et rencontre avec Adhemar Oliveira, propriétaire de 60 salles.



Billetterie de l'Espaço Unibanco de cinema, à São Paulo.

Le Brésil compte sur son territoire plus de 2000 salles de cinéma. Le premier réseau de salles est le réseau américain Cinemark, présent dans toute l'Amérique latine. Nous avons choisi de nous intéresser à un réseau plus modeste en termes de salles, mais plus spécifiquement brésilien: le groupe Espaço de Cinema. Avec près de 60 salles réparties dans les grandes villes brésiliennes, c'est le premier réseau de salles art et essai du pays. Des salles telles qu'on en connaît en France... à une exception près: elles ont chacune été financées par un sponsor privé, dont elles portent le nom! Ainsi, les salles du groupe s'appellent Espaço Unibanco, Unibanco Arteplex ou encore Cine Bombril (Bombril est le premier vendeur de produits ménagers du Brésil) ou IG Cine (IG est un portail internet). Nous avons rencontré Adhemar Oliveira, directeur du groupe Espaço de Cinema et instigateur de cette nouvelle forme de financement de lieux culturels, aujourd'hui très répandue au Brésil.

## Ecran Total: Comment fonctionne la collaboration entre les salles et leurs sponsors?

**Adhemar Oliveira:** Chaque cinéma du groupe est associé à un sponsor. L'entreprise finance d'abord les travaux de rénovation des salles, puis, chaque mois, des actions spécifiques, en dehors de la programmation. En contrepartie, chaque cinéma porte le nom de l'entreprise, passe un spot publicitaire pendant l'avant-séance et propose des tarifs préférentiels à ses clients, notamment quand le

sponsor est une banque. Le sponsor ne fait que donner de l'argent, c'est nous qui gérons tout le reste, de la comptabilité à la politique culturelle des salles. Ce n'est pas le sponsor qui fait vivre la salle, c'est la salle qui fait vivre le sponsor.

## E.T.: Pouvez-vous nous donner quelques exemples d'actions spécifiques?

**A.O.:** Oui, il y en a beaucoup. Par exemple, nous avons créé, en 2001, un club de professeurs, aujourd'hui réparti sur 30 000 structures à travers le pays [Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Salvador, Fortaleza et Santos]. Tous les samedis matins, nous organisons pour les membres des séances gratuites de films à l'affiche ou d'avant-première. Et ce sans aucune obligation de leur part de venir ensuite avec leurs élèves ou d'inclure le film dans le programme scolaire. A partir du mois de juin, nous mettrons en place des débats en simultané entre tous les clubs, animés par des intervenants extérieurs réputés. Ils pourront interagir par internet grâce au réseau de Canal Brasil. C'est la première fois que nous organisons un événement de si grande ampleur. Une autre action intéressante: la Corta Petrobas as 6. J'ai développé cette initiative dans mes salles, il y a sept ans. L'idée est de proposer, tous les jours pendant un mois, une séance gratuite, à 18 h 00, comprenant de trois à quatre courts métrages brésiliens. Petrobas a repris le projet et l'a étendu sur 24 villes du Brésil, dans différents réseaux de salles. Aujourd'hui, cela concerne donc 98 courts métrages par an, et 120 000 specta-

teurs! Pour l'anecdote, toute l'équipe de foot de São Paulo, entraînée par Raï, est venue assister à une séance proposant un court métrage sur le football. C'est ce genre d'événement qui ont fait de ma salle une salle culte! [Adhemar Oliveira parle ici de l'Espaço Unibanco de São Paulo, première salle du réseau].

## E.T.: Comment les Brésiliens perçoivent-ils l'association des sponsors aux salles de cinéma?

**A.O.:** Pour les Paulistas, c'est la banque qui fait le cinéma. Unibanco appartient à la famille du réalisateur Walter Salles, et Banco Nacional a toujours investi dans le cinéma. Le cas du Cine Bombril est un peu plus particulier. Moi-même, j'ai été surpris au départ, quand le président du groupe Bombril m'a proposé de développer une salle avec lui. Mais la transformation de la salle a marqué les esprits de manière plutôt positive. La conception du Cine Bombril a été prise en charge par de grands designers brésiliens et, aujourd'hui, la salle, qui propose une programmation art et essai, est devenu un véritable lieu de vie. Ce cinéma est bien perçu par le public et il permet à Bombril de profiter d'un nouvel espace d'échange avec ses consommateurs, différent.

## E.T.: Existe-t-il un public type des salles du groupe Espaço de Cinema?

**A.O.:** Notre public est varié. Certaines salles ont un public plus ciblé, comme le Cine Bombril, dont le public est plus âgé, notamment à cause de sa localisation [le cinéma est situé du côté le plus huppé de la Paulista]. L'Espaço Unibanco reste la salle culte du groupe, avec de nombreux étudiants et des spectateurs surtout de classe moyenne et supérieure. Je développe d'ailleurs un nouveau projet de salles plus populaires. En effet, au Brésil,

## DATES CLÉS

**1985:** première salle créée par Adhemar Oliveira à Rio, dans la mouvance du ciné-club Bichiga, premier ciné-club apolitique du Brésil.

**1993:** ouverture de l'Espaço Unibanco de Cinema à São Paulo, grâce au financement de Banco Nacional. Programmation: art et essai.

**1997:** rachat de Banco Nacional par Unibanco (banque appartenant à la famille du réalisateur Walter Salles).

**2000:** projection de Star Wars à l'Espaço Unibanco. Grand succès public, mais cette décision de programmation soulève de nombreuses critiques des professionnels. Adhemar Oliveira développe alors un nouveau concept de salles: les cinémas Arteplex, avec une programmation à la fois art et essai et commerciale.

**2001:** ouverture du premier Arteplex Unibanco dans un shopping de São Paulo.

**16 JANVIER 2009:** ouverture de la première salle Imax du groupe (seulement deux salles Imax au Brésil).

la sortie au cinéma reste assez chère, notamment pour les habitants qui résident en périphérie. Ce n'est pas tant le coût du billet que les coûts annexes. Je réfléchis donc à la création de salles dans ces secteurs, avec une politique de coûts réduits. La première devrait ouvrir ses portes en décembre.

## E.T.: Les salles du réseau sont-elles équipées en numérique?

**A.O.:** Oui, 80 % des salles du réseau sont équipées en numérique, par la société Rain, qui a équipé la plupart des salles indépendantes du Brésil. Nous avons un accord avec eux: ils nous prêtent l'équipement et, en contrepartie, ils deviennent en quelque sorte notre régie publicitaire, jusqu'à ce que le coût de l'équipement soit remboursé. ■ *Propos recueillis par Elsa Rabaux et Wanda Schpoliansky*

Pour plus d'informations sur les salles que nous avons visitées au Brésil: [www.tousensalles.com](http://www.tousensalles.com).

## Une initiative intéressante de Rain: "Moviembobz"

"Moviembobz" est un nouveau concept de distribution des films et de programmation des salles, qui redonne le pouvoir au public. C'est le cinéma à la demande. Il permet au spectateur de choisir son film et de développer une communauté via le site de Moviembobz, pour que l'œuvre soit projetée dans une salle proche de chez lui, à un horaire qui l'arrange. Moviembobz profite du réseau de salles équipé en numérique par Rain, et son catalogue de programmes est très développé (films de tous genres et de toutes nationalités, récents ou anciens, mais aussi des contenus alternatifs, tels que des concerts, opéras...). Pour en savoir plus: [www.moviembobz.com](http://www.moviembobz.com)