

Après des études de cinéma à l'Institut d'études scéniques et audiovisuelles (IESAV) à l'université Saint Joseph de Beyrouth, Zeina Sfeir est devenue documentariste, distributrice et organisatrice de festivals. En 1999, Zeina Sfeir crée avec un groupe de réalisateurs une association à but non-lucratif, Beirut DC, dont le but était de diffuser du cinéma arabe. Si l'association n'a pas atteint son but en termes de production, elle a rencontré le succès dans son activité d'exploitation avec l'organisation des Journées cinématographiques de Beyrouth à partir de 2001. Contactée en 2006 par l'Institut français, Zeina Sfeir fait partie de l'équipe qui met en place la salle Art et Essai le Metropolis. Elle se retrouve rapidement à devoir devenir distributrice, et créer l'entreprise MC Distribution. Zeina Sfeir est par ailleurs attachée de presse, notamment de Nadine Labaki, directrice artistique du festival Les Journées cinématographiques de Beyrouth. Elle prépare actuellement un long-métrage documentaire.

Comment est organisé le secteur de la distribution et de l'exploitation au Liban ?

Il n'y a pas de politique nationale pour un cinéma local au Liban, pas de subventions institutionnelles, tout appartient au secteur privé. Au Liban, il ya des dizaines de sociétés de distribution. Les distributeurs locaux (libanais) monopolisent la scène du Levant et du Golfe. Parfois les distributeurs sont eux-mêmes les exploitants, comme c'est le cas pour les Établissements Les Fils de Georges Haddad & Co qui sont des distributeurs et en même temps les propriétaires du Circuit Empire, un des plus anciens circuits du pays. Le propriétaire de Grand Cinémas, Selim Ramia et Co, qui est à la fois distributeur et exploitant, a été pendant longtemps le distributeur au Golfe avant de développer des circuits au Liban et en Jordanie. Le CineMall, une nouvelle chaîne, appartient à ESC Distribution et Eagle films qui s'est également transformé en producteur de films super commerciaux et de piètre qualité. Prime, une société de distribution à Beyrouth, dont le propriétaire Hammad Attasi est un Syrien vivant au Liban depuis toujours, a les salles Cinemacity au Beirut Souks et City Mall, et également en Jordanie. Les distributeurs et les exploitants sont parfois les mêmes et il y a beaucoup de deals et de concurrence entre eux.

Côté exploitation, il n'y a plus que 123 salles de cinéma toutes équipées de DCP et concentrées en grande partie dans le grand Beyrouth et sa banlieue, avec des salles pour chaque circuit dans les régions. Les 123 écrans sont tous dans des centres commerciaux, sauf le Metropolis. Les salles vivent des ventes de popcorn, boissons, friandises, chocolats, etc. Les salles VIP, qui sont apparues tout d'abord à Dubaï, ont commencé à s'implanter au Liban depuis quelques années.

Par ailleurs, chaque studio hollywoodien a des accords d'exclusivité avec des salles à Beyrouth et dans la région, et la priorité de celles-ci est en grande partie de montrer des *blockbusters* américains. Par exemple, les studios Disney ont comme distributeur local Italia Film, le propriétaire du circuit Planète. Le circuit Empire (Fils de Georges Haddad) distribue les films de 20th Century-Fox, Columbia et Tristar. Teleview International, une société de distribution, a les droits de tous les films achetés par Wild Bunch, donc on remarque des deals avec des vendeurs à l'international qui ont leurs distributeurs dans la région.

D'un autre côté, la seule salle d'Art et d'Essai à Beyrouth, le Metropolis Cinéma créée en 2006, qui loue la salle du circuit Empire (deux écrans de 270 et 260 places) a dû ouvrir sa propre société de distribution, MC Distribution, pour distribuer des films européens, internationaux, libanais et arabes plus pointus.

Vous parlez de la forte présence du cinéma américain. Quelle place reste-t-il pour les autres cinématographies ?

Au Liban, le cinéma du monde, les films classiques, les films d'Art et d'Essai sont presque totalement absents. Tout se réduit à des rétrospectives organisées par les ambassades dans la salle d'Art et d'Essai Metropolis Cinéma ou des projections dans les centres culturels.

La scène des festivals qui est assez active au Liban permet de montrer des films alternatifs mais il n'y a pas de sortie commerciale pour un cinéma européen, le cinéma du monde ou même un cinéma

arabe en dehors du cinéma égyptien. Par exemple, un film du Maghreb n'a pas sa place dans la programmation au Liban.

Fanous, ma société de relations publiques, a pu distribuer un film marocain *Rock the Casbah* de Leila Marrakchi. Nous avons trouvé du potentiel à ce film parce qu'il a une palette d'acteurs arabes comme Omar el Sherif, Nadine Labaki, Hiam Abbas connue par sa communauté en Jordanie et en Palestine. Nous avons pu avoir une subvention d'Unifrance puisque c'est un film en coproduction avec la France. Les distributeurs ne l'ont laissé qu'une semaine à l'écran tandis qu'il est resté trois mois au Metropolis.

Il y a des films que les distributeurs refusent de montrer dans leurs salles. On leur fait de petites sorties au Metropolis. Pour faire sortir un film national, on a recours à des sponsors et pour les films français parfois à des subventions des Instituts français et/ou d'Unifrance (le film français peut être un film local en coproduction avec la France). De même, Europa Cinéma soutient les salles d'Art et d'Essai.

Au Liban, le public est beaucoup plus un public de cinéma hollywoodien, la production locale n'a pas beaucoup sa place. Si le film local ne fait pas beaucoup d'entrées, il est enlevé des salles. Notre seule success story, ce sont les films de Nadine Labaki. *Caramel* (2007) a fait 113 000 entrées, déjà un gros score à l'époque mais un succès bien moindre que *Et maintenant on va où ?* (2011) qui a fait 325 000 entrées rien qu'au Liban, sans compter toutes les projections dans le Moyen-Orient. Il est renommé à l'international, est passé dans de nombreux festivals à travers le monde dont le Festival de Cannes et est allé jusqu'au Critics' Choice Movie Awards à Hollywood.

Pouvez-vous nous en dire plus sur le public qui fréquente les salles de cinéma, leur profil et leurs goûts ?

Le prix moyen du billet par film est de 12 000 livres libanaises (6 euros) et pour des films en 3D, le prix du billet de 15 000 livres (7,5 euros). Pour une sortie en famille au cinéma, c'est beaucoup trop cher. Une sortie au cinéma pour quatre ou cinq personnes peut représenter presque le tiers du salaire minimum, d'autant qu'il faut ajouter les popcorns, etc. Par contre, un billet pour avoir accès au VIP équipé de fauteuils coûte au minimum 20 dollars (15 euros). Le spectateur peut alors commander des sushi et du vin en regardant le film donc le total par personne pourra atteindre un minimum de 80 dollars (60 euros). Le public de cinéma au Liban est plutôt un public jeune en général, de 16 à 23 ans, classe moyenne, des étudiants surtout et essentiellement à Beyrouth. Les jeunes, qui sont la cible essentielle (18-25 ans), aiment les blockbusters. Les films d'animation sont destinés aux mères avec leurs enfants, qui essaient de leur faire faire des activités culturelles le week-end. Les films européens sont montrés dans un quartier francophone où est situé le Metropolis, de même que dans un centre commercial. Ils sont destinés à une classe sociale bien déterminée, avec un capital culturel plus élevé, et visent une tranche d'âge plus âgée, c'est surtout vrai pour les films francophones.

Si les films indiens ont une audience large au Golfe, on ne les trouve pas dans les salles libanaises. Les films arabes surtout égyptiens sont destinés à une classe sociale plus populaire et moins éduquée. Les films libanais commerciaux qui ont commencé à apparaître depuis quelques années ciblent un échantillon plus varié de la population libanaise.

En tant que distributrice, comment vous y prenez-vous pour toucher le public ?

La difficulté est de toucher un public qui n'est pas enthousiaste car le cinéma libanais est plus lent et plus artistique. On met donc l'accent sur le marketing. Pour l'affichage, on a des partenaires médias. Au moment de la campagne du film, on fait ce qu'on appelle un barter deal : on donne les droits de diffusion à la télévision locale qui, en contrepartie, nous offre des spots publicitaires gratuits. Nos autres partenaires traditionnels sont la presse écrite, les critiques de cinéma. C'est pourquoi il est très important d'avoir un attaché de presse. De temps en temps, on fait du merchandising : par exemple comme la vie nocturne est très animée à Beyrouth, on édite des sets de table en papier en partenariat avec un propriétaire de restaurant. On cible aussi les réseaux sociaux, mais ce n'est pas suffisant. Quand c'est possible, selon le thème du film, on fait un partenariat avec

des associations. Par exemple, j'ai distribué par le biais de ma propre structure Fanous, Omar (2013) de Hani Abu Assaad un film arabe palestinien qui a été sélectionné pour les Oscars. On lui a fait une sortie au Metropolis seulement et la projection en avant-première était une sorte de *fund raising* pour soutenir la formation des médecins à Gaza.

Les salles de cinéma occupent-elles encore une place centrale dans la consommation de film au Liban ou les films circulent-ils plus sous d'autres formes ?

Je pense que jusqu'à présent au Liban, les salles de cinéma occupent toujours une place centrale dans la consommation du film malgré le piratage qui est incontrôlable parfois. La VOD prend maintenant la relève du DVD, et des plateformes sont très intéressées par les films locaux. MBC, la chaîne télé panarabe la plus importante, paie bien les droits sur des films et achète actuellement les droits VOD, parce que même les télés sont en train de miser sur la VOD. Tout ce qui est diffusion est légal, seul le piratage des DVD est illégal.

Zeina Sfeir, vous êtes réalisatrice, exploitante, programmatrice, distributrice, attachée de presse. Diriez-vous que ce profil « multi-casquettes » est courant au Liban

Dans un pays et une région comme la nôtre, nous sommes obligés d'avoir plusieurs casquettes, et cela est fréquent. Par exemple, mes amis et collègues à Beirut DC, qui ont fait des études audiovisuelles en majorité, se transforment en organisateurs de festival et d'ateliers à chaque fois qu'il y a un événement ou une activité dans l'association.

Ce texte est basé sur une intervention de Zeina Sfeir lors du colloque Activités et pratiques spectatorielles, publics et cultures de cinéma en Afrique et au Moyent-Orient (université de Strasbourg, 6-7 mai 2015) et un échange de courriels entre Zeina Sfeir et Patricia Caillé en mai 2015. Le texte a été édité par P. Caillé et N. Mingant et approuvé par Z. Sfeir.///Article N° : 13507