

# Le cinéma 3D, « la troisième révolution du cinéma » ?

written by Alexandre Joux | 20 mars 2009

*Le 1<sup>er</sup> avril 2009, le studio DreamWorks sortait le film Monstres contre Aliens dans 44 salles de cinéma françaises équipées pour la projection 3D. Promue par Jeffrey Katzenberg, patron de DreamWorks, la 3D dans les salles obscures est annoncée comme « la troisième révolution du cinéma », tant sur le plan technique que sur le plan économique. Mais la troisième dimension sera-t-elle pour le cinéma la révolution annoncée ? Les techniques en relief existent depuis les années 1950. Les améliorations récentes permettront-elles d'enclencher le cercle vertueux où la technique accompagne l'économie et la création ?*

## **L'entrée de la 3D dans l'ère numérique**

Les premières expériences de cinéma en relief remontent à 1915, quand une salle de New York a présenté pour la première fois au public un court métrage en trois dimensions. La technique employée, le film stéréoscopique, consistait à tourner chaque image depuis deux caméras et à les diffuser en salle avec deux projecteurs, chaque œil percevant une image, les deux images juxtaposées donnant l'impression de relief. A partir des années 1950, la diffusion stéréoscopique se banalise, un unique projecteur permettant de diffuser les deux images filmées en les superposant, le nombre d'images par seconde étant deux fois supérieur à celui de la diffusion en 2D. Les spectateurs sont alors obligés de porter des lunettes colorées, avec une lentille rouge et l'autre bleue, pour que chaque œil voie alternativement une image sur deux. En 1954, Alfred Hitchcock était parmi les premiers à s'essayer au cinéma en relief avec *Le crime était presque parfait*. La technique, réputée causer de forts maux de tête, est pourtant restée confidentielle et les grands réalisateurs comme les majors ne l'ont jamais vraiment adoptée.

Le numérique va changer la donne à partir des années 2000. L'image projetée en stéréoscopie est de meilleure qualité, en même temps que les lunettes se perfectionnent, faisant disparaître les maux de tête. Sur le plan technique, le spectateur doit toujours porter des lunettes pour une vision dite polarisée des images projetées. Ces lunettes incorporent des lentilles spéciales qui permettent à chaque œil de ne voir que l'image qui lui est destinée. Passer au 3D suppose donc que les salles soient équipées pour une diffusion numérique. La technologie RealD, la plus souvent utilisée, impose en outre l'achat d'un écran métallisé pour rendre le relief perceptible. Enfin, les lunettes, du fait de leur coût, ne peuvent pas être jetées après utilisation et doivent être récupérées

par les exploitants de salles. Autant d'éléments qui témoignent des enjeux d'une évolution technique, qui se double inmanquablement d'enjeux économiques.

### **Un nouvel équipement des salles et des conditions d'exploitation plus onéreuses**

L'équipement des salles pour une projection numérique est un prérequis pour la diffusion 3D. Cette numérisation de la projection est pourtant insuffisante. Ainsi, en France, sur 400 salles numérisées (sur un total de 5 000 écrans), seules une centaine permettent la diffusion en 3D. A l'inverse, au Royaume-Uni, la quasi-totalité des salles équipées pour la diffusion numérique est adaptée à une projection 3D. Dans le monde, près de 8 000 écrans sont équipés pour la projection 3D, dont 2 000 en Europe selon les données communiquées par la société RealD, qui contrôle près de 90 % du marché de la diffusion cinématographique en relief. Le marché américain compte à lui seul 2 000 salles équipées pour la 3D. Mais la mutation des écrans vers le numérique et la 3D sera lente, le coût de cette mutation oscillant entre 100 000 et 150 000 euros par salle.

A l'équipement des salles s'ajoute le coût des lunettes polarisées, entre 30 et 40 euros, un montant qui oblige les exploitants de salles à mettre en place du personnel pour distribuer à l'entrée et récupérer à la sortie les lunettes utilisées lors de la projection. Souvent louée aux alentours de 1 euro par les exploitants de salles, le coût des lunettes se reporte sur le prix du billet, une hausse du ticket justifiée par la qualité et l'expérience apportées au spectateur grâce à la 3D.

Par ailleurs, produire des films en trois dimensions entraîne également une hausse des coûts techniques lors des tournages des films, estimée entre 10 et 20 % du coût total d'un film selon son budget. En définitive, le coût du billet de cinéma devrait augmenter de 2 à 5 euros pour couvrir les frais supplémentaires de tournage, le coût de la numérisation des salles et leur passage en 3D, ainsi que le coût de la location des lunettes. Cette hausse globale du prix du billet attise la convoitise des différents acteurs de la chaîne de valeur, les producteurs, les distributeurs et les exploitants de salles. Sauf que ce sont les exploitants qui supportent la plupart des coûts, dont ceux d'équipement des salles et de location des lunettes, ainsi que les coûts de personnel liés à la distribution et à la récupération des lunettes. Aussi, produire et distribuer un film en 3D suppose souvent d'accepter de participer au financement de l'équipement des salles ou à la location des lunettes.

Aux Etats-Unis, les trois plus grands exploitants de salles, Regal Cinemas, AMC et Cinemark, ainsi que cinq grands studios, Paramount, Twentieth Century Fox, Universal Pictures, Walt Disney et Lions Gate

Entertainment, se sont regroupés dans un consortium baptisé Digital Cinema Implementation Partners (DCIP) pour favoriser la mutation des salles des trois réseaux de distribution vers le numérique et la 3D. Le coût d'une copie numérique pour un distributeur étant inférieure de 1 000 dollars par rapport à sa version numérique, cette différence est reversée aux exploitants via le consortium pour financer la numérisation de leurs salles. La crise économique depuis l'automne 2008 a toutefois mis un frein à ce programme ambitieux de numérisation, qui portait initialement sur un financement d'un milliard de dollars apporté par les studios. D'autres initiatives existent. Paramount s'est allié à Eastman Kodak pour aider à l'équipement numérique des petites salles, non incluses dans le consortium DCIP. En Europe, Arts Alliance Media, entreprise britannique, a noué le même type d'accord avec les studios Sony, Fox, Universal, Paramount et Disney : ceux-ci lui versent des frais de copie virtuelle correspondant aux économies réalisées sur la distribution numérique, lesquels servent ensuite à financer la numérisation des salles. Arts Alliance Media a ainsi contribué au financement de la numérisation de plus de 500 salles au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Norvège et en Espagne. En France, la société s'est alliée à CGR, troisième réseau de salles derrière UGC et Europalaces (Gaumont-Pathé), pour financer la numérisation de son parc. Toutefois, la part des films américains en salle étant moins importante en France que dans les autres grands pays européens, les frais de copie virtuelle seront moins élevés et ne couvriront pas la totalité de l'investissement nécessaire à la numérisation des salles. C'est pourquoi le Centre national de la cinématographie (CNC) travaille à un protocole d'accord avec les distributeurs et les exploitants afin d'ouvrir le système d'aide à toute salle qui le souhaiterait. En multipliant les salles équipées pour la diffusion 3D, les studios espèrent de leur côté faire émerger un parc de salles 3D de taille critique qui leur permette de développer correctement ce nouveau marché. En effet, la 3D, avec des spectateurs qui acceptent de payer plus cher leur billet, avec des films qui, par leur technologie, ne sont pas ou peu sujets au piratage, les écrans d'ordinateurs étant en 2D, semble à la fois révolutionnaire pour les spectateurs, mais également pour l'économie du cinéma.

### **Diversité de l'offre, expérience nouvelle et surplus de recettes : la 3D est-elle une alternative économique au piratage ?**

Selon une étude de l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (Alpa) menée entre novembre 2007 et juin 2008, il y a autant de films téléchargés illégalement sur les réseaux de *peer to peer* en France qu'il y a d'entrées en salle, soit en moyenne 450 000 entrées quotidiennes et 450 000 téléchargements illégaux. Les films américains sont les plus touchés par le piratage, puisqu'ils représentent 66 % des films téléchargés illégalement. Si ces pratiques n'influent pas sensiblement sur le nombre d'entrées en salle, en constante augmentation en France, ils menacent en revanche le marché du DVD, essentiel pour le

financement du cinéma. En France, le marché de la vente de DVD a perdu 7,5 % en valeur en 2008 pour un chiffre d'affaires de 1,38 milliard d'euros, selon le Syndicat de l'édition vidéo numérique (SEVN). En quatre ans, ce marché aura au total perdu près d'un tiers de sa valeur. Le marché des ventes et locations dématérialisées, notamment sur les plates-formes de VOD, ne permet pas de compenser la chute des ventes physiques, bien qu'il soit orienté à la hausse. Il ne représente en France que 50 millions d'euros en 2008, contre 30 millions en 2007. Aux Etats-Unis, la situation est plus préoccupante : les entrées en salle ont chuté de 5 % en 2008 et le marché du DVD est en repli depuis plusieurs années. Selon GFK, en 2008, les ventes et locations de DVD aux Etats-Unis ont généré un chiffre d'affaires de 21,6 milliards de dollars, contre 23,3 milliards de dollars en 2007. A ce jour, les ventes et locations de DVD comptent pour 40 % du financement de l'industrie cinématographique américaine. Autant dire que la 3D, en redonnant de la couleur à la fréquentation des salles et en générant des revenus supplémentaires du fait du prix plus élevé des billets est l'occasion d'atténuer les effets économiques du piratage.

Pour que le marché du cinéma en relief décolle, il faudra que le nombre de salles équipées atteigne une taille critique, que l'offre de films soit convaincante, et que l'expérience proposée aux spectateurs fasse réellement la différence avec les projections en 2D. C'est ce que croit fermement Jeffrey Katzenberg, patron des studios DreamWorks, qui a décidé de produire désormais tous ses films en 3D, convaincu que la troisième dimension et le relief sont la « *troisième révolution du cinéma, après le parlant et la couleur* ». Disney s'engage dans la même voie, son studio Pixar ayant ouvert, signe des temps, le 62<sup>e</sup> Festival de Cannes avec son film d'animation en relief *La-haut*. La fin d'année 2009 sera également décisive, avec la sortie, le 16 décembre, pour les fêtes de Noël, de la superproduction en 3D *Avatar*, réalisée par James Cameron.

L'offre existant, reste à savoir si elle suscitera l'engouement. Les premières diffusions en 3D semblent prometteuses. Disney, qui a sorti *Volt* en 3D et en "2D" en février 2009, a ainsi pu constater sur le marché français que 22 % des 2,9 millions d'entrées réalisées par le film l'ont été dans les salles 3D, qui ne représentaient pourtant que 10 % du nombre de salles où *Volt* était diffusé. Sauf que *Volt* a bien été distribué sur le parc d'écrans 3D disponibles en France, puisqu'il était diffusé dans 76 salles sur la centaine que compte l'Hexagone, Disney ayant accepté de financer une partie du surcoût pour les exploitants de salles de la projection en 3D. A l'inverse, *Monstres contre Aliens* du studio DreamWorks n'est diffusé en 3D que dans 42 salles. Paramount, son distributeur, ayant demandé aux exploitants de salles d'augmenter de 3 euros le prix du billet plutôt que d'assumer le surcoût de la diffusion en relief, cette décision a conduit CGR à refuser de diffuser le film, l'augmentation du coût du billet étant jugée dissuasive pour les spectateurs. Un équilibre reste donc à trouver entre les marges des

exploitants, le prix du billet acceptable par le public et le nécessaire retour sur investissement pour les studios, faute de quoi la diffusion 3D restera confidentielle et entraînera rapidement une limitation du nombre de films produits en relief.

Sources :

- « Piratage des films : c'est la folie sur le Net », Catherine Balle, *Aujourd'hui en France*, 23 août 2008.
- « La 3D s'apprête à déferler dans les salles de cinéma américaines », Laetitia Mailhes, *Les Echos*, 6 octobre 2009.
- « Le marché français du DVD a reculé de 7,5 % en valeur en 2008 », AFP, tv5.org, 21 janvier 2009.
- « Le Blu-ray tarde à prendre le relais du DVD », Olivier Hensgen, *La Tribune*, 22 janvier 2009.
- « Les films en relief à la conquête des écrans », Eric Chalmet, *La Tribune*, 27 mars 2009.
- « En Europe, les salles obscures passent progressivement à la 3D », Isabelle Repiton, *La Tribune*, 27 mars 2009.
- « Monstres contre Aliens : ambition géante mais petits pas dans le relief 3D », Rébecca Frassetto, AFP, tv5.org, 28 mars 2009.
- « La longue quête du relief sur grand écran », Elisabeth Santacreu, *France Soir*, 1<sup>er</sup> avril 2009.
- « Un film mal distribué perd beaucoup de sa valeur », Jean de Rivières, DG de Walt Disney Studios Motion Pictures France, interview d'E. R., *Le Figaro*, 4 avril 2009.
- « La 3D peine à trouver sa place dans les salles de cinéma », Emmanuel Paquette, *Les Echos*, 22 avril 2009.