

venu, et nous avons aussi réussi à élargir vers celui de Flagey. »

A CineFlagey, la fréquentation progresse : +15 % entre 2023 et 2024, +10 % l'an dernier, avec en moyenne 80 spectateurs pour 120 places par séance depuis le début de l'année. Avec un seul écran et 17 séances par semaine, chaque projection compte. « Ça oblige à faire des choix », explique Catherine Lemaire, en charge de la programmation. « Des choix de cœur, mais aussi des choix éditoriaux et politiques. »

La communication, coordonnée par Julien Playout, fait partie intégrante du projet. L'équipe revendique une identité visuelle et éditoriale forte et s'adresse au public comme à une communauté. Les séances thématiques, notamment autour du documentaire, créent des rendez-vous réguliers et contribuent à installer une relation durable avec les spectateurs.

« Là où certains pensent que le streaming affaiblit la salle, nous constatons plutôt l'inverse », observe l'équipe. « Plus les gens regardent des films, plus ils ont envie d'en voir – y compris en salle. » Les spectateurs viennent parfois discuter directement de la programmation. Une relation de confiance s'installe. « Le public ne vient pas seulement pour l'expérience. Il vient parce qu'il fait confiance à la programmation. »

Cette philosophie devrait se prolonger avec la reprise de l'ancien Movv Club à Forest par la co-opérative CinéCité (Kinograph, Cineflagey) et l'ASBL LPC – Regards sur les docs. Le projet repose sur la même logique : un ancrage local fort, un travail avec les associations et la volonté de recréer du lien autour du cinéma. L'ouverture est prévue en 2027 ou en 2028.

L'effet Cineville

Dans cette fidélisation du public, les abonnements jouent également un rôle croissant. Lancé en Belgique en juin 2022, Cineville permet d'accéder de manière illimitée aux salles part-

naires partout en Belgique pour 22,50 euros par mois. Le Kinograph en est membre fondateur avec les cinémas Galeries, Palace et Vendôme. Aujourd'hui, le service compte plus de 14.000 abonnés, qui se rendent au cinéma deux à trois fois par mois. En comparaison, les spectateurs de Kinepolis, groupe actif dans plusieurs pays européens et américains, se rendent au cinéma entre 1,5 et deux fois par an selon les marchés. La formule d'abonnement propre au multiplexe étant limitée.

« Le modèle existait déjà aux Pays-Bas, où c'était un grand succès », explique Thibaut Quirynen, coordinateur général.

« Pendant le covid, des cinémas belges se sont réunis pour réfléchir à la manière de faire revenir le public après la réouverture. Cineville est apparu comme une solution idéale pour faciliter l'accès au cinéma. » Depuis son lancement, le projet connaît un succès constant, particulièrement à Bruxelles où on trouve le plus grand nombre d'abonnés et de salles participantes. « Cineville a trois grands bienfaits : augmenter la fréquentation, rendre le public plus curieux – les abonnés prennent plus de risques et vont voir des films qu'ils n'auraient pas choisis autrement et favoriser la diversité et la prise de risque pour les salles et les distributeurs, qui peuvent proposer des films plus confidentiels grâce à un filet de sécurité en termes de public. » Autre effet notable : le rajeunissement du public. Aujourd'hui, plus de 70 % des abonnés ont entre 20 et 40 ans.

L'effet rebond est particulièrement important pour le RITCS, cinéma de la rue Dansaert lié à l'école du même nom, qui a vu sa fréquentation doubler grâce à Cineville, ou pour la Cinematek dont les séances comptent parfois 50 % ou plus d'abonnés Cineville. « Environ 30 % de notre public est Cineville », explique l'équipe de CineFlagey. « Ces abonnés sont très fidèles et cela permet d'assurer une fréquentation régulière. »

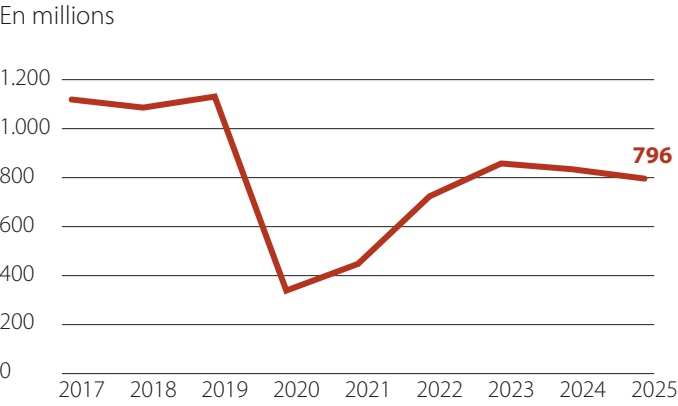


Cineville a trois grands bienfaits : augmenter la fréquentation, rendre le public plus curieux et favoriser la diversité des propositions en salle

Thibaut Quirynen
Coordinateur général de Cineville



Evolution du nombre d'entrées dans les cinémas en Europe



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Les chiffres sont similaires au cinéma Galeries, qui est passé de 81.000 spectateurs, dont 2 % de Cinevillers en 2022, à 131.000 spectateurs, dont 25 % d'abonnements Cineville en 2025. « Bien sûr, c'est un outil, pas le Saint Graal », dit son directeur Frédéric Cornet. « Il faut bien sûr travailler la programmation et soigner en parallèle le public. » La salle bruxelloise confirme d'ailleurs que même lorsque les films sont disponibles sur les plateformes, le public continue de se déplacer. Formidable exemple l'an dernier avec une rétrospective Ghibli – dont le catalogue est entièrement disponible sur Netflix –, qui a réuni 11.847 spectateurs, sans compter les séances événementielles de *Princesse Mononoké* et du *Tombeau des lucioles*.

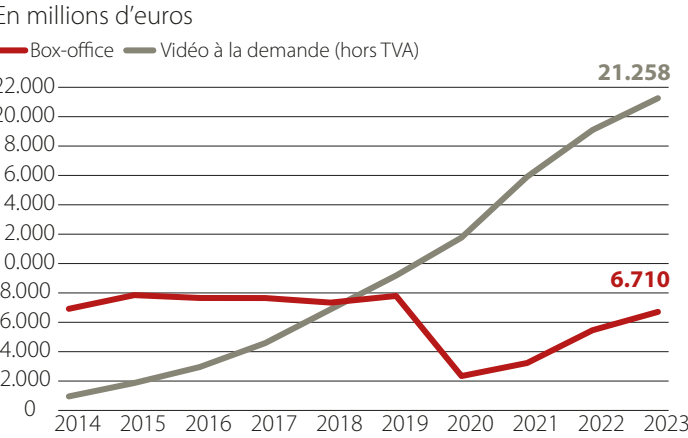
Le cinéma comme lieu social

A Habay-la-Vieille, dans la province de Luxembourg, le cinéma Le Foyer incarne une autre facette de cette transformation. Créé en 1955 dans une ancienne école du village, ce mono-écran est aujourd'hui entièrement géré – hormis la programmation – par une équipe de 60 à 70 bénévoles. « C'est un lieu communautaire, géré par des gens du village », explique Laurence Bernard, présidente de l'ASBL. « Nous sommes très attentifs à l'accueil et à la convivialité. Nous encourageons les gens à rester discuter après la séance. »

Les projections du jeudi sont consacrées à des débats, des rencontres ou des événements culturels. Et si le cinéma reste profondément ancré dans son village, certains spectateurs parcourent jusqu'à 30 kilomètres pour retrouver cette atmosphère particulière, tout en fréquentant aussi les multiplexes.

Les gens vont donc toujours au cinéma. Mais ils n'y vont plus de la même manière. Dans un monde où les films sont disponibles partout, la salle ne peut plus se contenter d'être un simple lieu de diffusion. Le modèle du cinéma standardisé, fondé uniquement sur la projection de blockbusters, montre aujourd'hui ses limites, surtout lorsque l'offre hollywoodienne ralentit. A l'inverse, les lieux qui misent sur l'expérience, la programmation et la relation avec leur public résistent mieux. La salle de cinéma n'est pas morte, vive la salle !

Comparaison des revenus de l'audiovisuel en Europe



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

20025921

DEVENEZ
CITOYENNE
CITÉ MIROIR

PARCE QUE
je pense
à la jeune
génération

Bénéficiez du tarif réduit et d'invitations
en soutenant un projet qui a du sens pour 40€/an

citemiroir.be **fondation@citemiroir.be**

LE SOIR

20025014

le Rideau

**MIS
KINE,
LA
DÉMO
CRA
TIE**

Réservations
02 737 16 01
www.lerideau.brussels

Le Seul *
10 → 20 Mars 2026

Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles - Direction du Théâtre
et de la Loterie Nationale. Avec l'appui de la Commune d'Ixelles.

LE SOIR