

Rapport moral 2022

L'objectif de ce bilan est de vous montrer que L'Atalante a changé de dimension au cours de l'année 2022 à tout point de vue : fréquentations, adhésions, développement de l'activité bistro, stabilisation et dynamisme de l'équipe de salariés.

I) Le niveau de fréquentation et d'adhésions

Avec près de 124 000 spectateurs en 2022 (et 135 000 sur une année glissante) et plus de 2300 adhérents, L'Atalante affiche une belle santé.

Le contexte : Après la pandémie, la fréquentation mondiale a chuté. La France, où le cinéma est né il y a près de cent trente ans, n'échappe pas à cette déprime des salles : 152 millions d'entrées en 2022. C'est mieux qu'en 2021 mais bien loin de l'avant-crise sanitaire. L'année 2023 reste fragile, même si le CNC a constaté au mois d'avril – et « *pour la première fois depuis la réouverture des salles* » en 2021 – un nombre d'entrées légèrement plus élevé qu'avant la pandémie, mais l'essai ne fut pas transformé en mai.

La fréquentation générale pâtit de la baisse du nombre de films venant d'Hollywood : les grands studios concentrent leurs investissements sur moins de films, pour une série de raisons (nécessité d'espacer les sorties des franchises, quotas sur le marché chinois), ils privilégient donc des films à très gros budget et fort potentiel. Les groupes français comme Pathé suivent ce modèle.

Dans ce contexte, L'Atalante est restée fidèle à ses valeurs en misant sur la diversité de la programmation et la qualité des actions de médiations et des rencontres proposées avec des cinéastes ou des artistes. Je veux saluer ici tout le travail artistique de l'équipe sous l'impulsion de Sylvie. De façon générale, les salles qui s'en sortent le mieux sont des salles typées avec des identités fortes. Nous continuons nos propositions autour des concerts, des dj sets, et des expositions qui permettent de rajeunir et de diversifier notre public.

II) Le potentiel et l'attractivité du lieu

Cette période faste illustre l'attractivité du lieu. Nous avons été obligés de fermer à cause de la pandémie moins d'un an après l'ouverture. Nous mesurons mieux aujourd'hui le potentiel du lieu et la qualité du geste architectural. Nous continuons de travailler à la qualité de la projection en investissant sur des projecteurs laser qui offrent une image de meilleure qualité (profondeur des couleurs, contraste, luminosité) et qui sont plus économes sur la consommation d'énergie. Nous choisissons avec soin l'aménagement intérieur avec un mobilier typé purement artisanal en harmonie avec l'identité du lieu. L'autre enjeu est évidemment de travailler le lien avec le fleuve et le passage entre l'intérieur et l'extérieur. Nous avons acheté le local attenant pour permettre de faciliter ce lien et développer l'activité du bistro. Le bureau d'études mandaté nous a confirmé la possibilité d'ouvrir le mur séparant les deux locaux. Nous réfléchissons avec l'équipe de salariés à l'établissement d'un cahier des charges permettant de faciliter et d'améliorer le quotidien de l'équipe, de dimensionner des lieux de stockage pour le bistro ou de créer un lieu pour des ateliers d'analyse filmique en direction des scolaires, besoin renforcé avec l'arrivée du PASS Culture.

Voilà nos atouts dans un contexte concurrentiel où les fauteuils premium ou les expériences sensorielles se multiplient dans les salles commerciales qui tentent de séduire les jeunes spectateurs qui ont pris de nouvelles habitudes autour des plates-formes vidéo. Ce n'est évidemment pas notre parti pris car – il nous semble – la plupart de ces technologies n'apportent strictement rien à la présentation de l'œuvre cinématographique.

Sur ce sujet et pour verser dans la science-fiction, on peut penser que la prochaine véritable innovation sera l'écran numérique, qui offrira une meilleure définition de l'image et permettra peut-être de disposer les spectateurs sur toute la hauteur de l'image (en raison de l'absence de faisceau de

projecteur) à la manière d'un théâtre à l'italienne. Ce sera en tout cas un défi majeur des prochaines années pour une salle indépendante de suivre à marche forcée l'évolution technologique. D'où l'importance de disposer de fonds propres et d'une trésorerie suffisante.

III) Le développement du bistro

Vous l'avez tous remarqué l'activité du bistro a pris une nouvelle dimension **avec une progression du chiffre d'affaires de 76%** sur les 5 premiers mois de l'année. Il faut d'abord saluer le travail de l'équipe actuelle et la qualité du recrutement opéré par Nicolas. Il s'agit d'une équipe féminine avec une solidarité et un état d'esprit remarquable. L'équipe défend des valeurs fortes en privilégiant les circuits courts et les produits de qualité. L'offre de restauration a été diversifiée. Il faut maintenant leur faciliter la tâche dans un lieu contraint et leur donner les moyens de consolider cette activité qui contribue à l'attractivité du lieu, et bien entendu au niveau de fréquentation. La question d'un point de vente situé à l'extérieur reste une question ouverte et fera l'objet de discussions avec la mairie.

En conclusion, il faut savourer ce moment. L'Atalante a traversé des moments compliqués, contrariés avec ce beau projet qui a mis du temps à sortir de terre. Aujourd'hui le résultat est là. La structure est sur les rails, elle ne s'est jamais aussi bien portée. Il nous faut donc collectivement être à la hauteur du dynamisme de cette belle équipe de salariés qui montre la voie à suivre.

Jean-Pierre Saint-Picq

