

N°280 - Juin 2021 - 7 euros

ENQUÊTE
EXCLUSIVE
DE LA VIDEO

16^{ÈME}
ÉDITION

Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

ÉLU PAR LES ENSEIGNES
**1^{er} DISTRIBUTEUR
VIDÉO 2021**

Gaumont
depuis que le cinéma existe



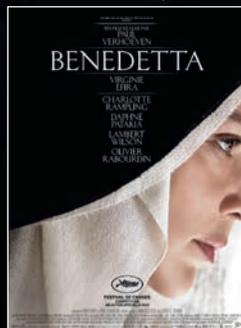
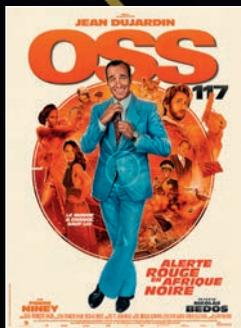
esc
EDITIONS

koba
FILMS

esc
DISTRIBUTION

EUROPA CORP
-HOME ENTERTAINMENT-

Citel
VIDEO

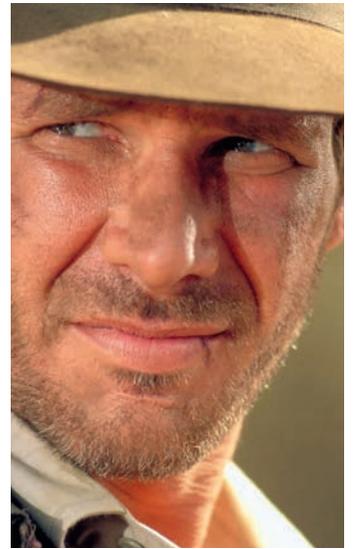


MERCI À L'ENSEMBLE DE NOS CLIENTS !

FNAC DARTY • AMAZON • LECLERC • CULTURA • STARTER • DS DISTRIBUTION
FURET DU NORD • AUCHAN • CARREFOUR • CORA • SYSTÈME U • INTERMARCHÉ

Pour la première fois **ESC DISTRIBUTION**
a été élu distributeur préféré du marché vidéo.





LE 7 JUILLET

GODZILLA[™] vs. KONG



© 2021 WB/EI, GODZILLA[™] & Toho Co., Ltd.

EN DVD, BLU-RAY[™] ET STEELBOOK[®] 4K COLLECTOR

LE 21 JUILLET

MORTAL  KOMBAT



© 2021 WB/EI

SOMMAIRE

MM1 N°280 / JUIN 2021

28 16E ENQUÊTE EXCLUSIVE DE LA VIDÉO

Cette 16^e édition de l'Enquête Exclusive de la Vidéo, se déroule dans le contexte d'une 2^e année du Covid-19. Les notes sur les prestations commerciales, éditoriales et opérationnelles des différents éditeurs – distributeurs s'inscrivent dans ce contexte.



18 LA VALORISATION DES ŒUVRES EST ESSENTIELLE

Sébastien Simonetta, chargé de catégorie Vidéo au Galec, la centrale d'achat du mouvement E. Leclerc, revient pour nous sur la période délicate de la crise sanitaire et nous livre son analyse du marché.

10 TOUS AU CINÉMA !

Après plus de 6 mois de fermeture, les cinémas hexagonaux ont pu enfin rouvrir leurs portes. Tour d'horizon des principales sorties attendues d'ici la fin de l'année.



16 LA POP CULTURE S'ENRICHIT DE NOUVELLES SOURCES D'ICONS

La vitalité de la Pop Culture font que ses icônes sont désormais partout et font partie de nos référents culturels. Nathalie Chouraqui-Gerson de Kazachok analyse cette croissance et l'avenir de la Pop Culture.



NEWS

DOSSIER 16E ENQUÊTE EXCLUSIVE DE LA VIDÉO / 28

INTERVIEWS ET FOCUS / 10

CINÉMA

Tous au cinéma !

HARDWARE

Tech-break, une solution simple pour se retrouver en famille

Le TV Micro-Led de Samsung en avant-première à la Fnac

POP CULTURE

Nathalie Chouraqui-Gerson – Kazachok

DVD / BLU-RAY

Patrick Belz – Arcadès

Sébastien Simonetta – Galec E. Leclerc

Yves Elalouf - SEVN

NOUVEAUTÉS / 25

DVD / BLU-RAY

Il était une fois le royaume de Kumandra

Nouveautés

**RETROUVEZ
LE MOIS PROCHAIN**

**ÉDITION SPÉCIALE
GAMING**

UNE PLUIE DE RACHATS DE STUDIOS DE JEU VIDÉO



L'activité de fusion / acquisition fait toujours rage dans le jeu vidéo. Take Two et Electronic Arts continuent leur **mano a mano** autour des jeux de sports en acquérant chacun un nouveau studio spécialiste du domaine. Electronic Arts a ainsi racheté à Warner Games le studio Playdemic (développeur du jeu Golf Clash et qui s'appuie sur une quinzaine de jeu mobiles ou digitaux) pour 1,4 milliard de dollars en cash. De son côté, Take-Two Interactive s'est emparé du studio Nordeus (développeur du jeu de management de football Top Eleven) pour 468 millions de dollars dont 378 millions en

cash. Le Suédois Zordix (qui a acquis récemment Just For Games) prend pour 10 millions de livres sterling 100% du capital du Britannique Merge Games à qui l'on doit par exemple Darkest Dungeon, Dead Cells, Cloudpunk ou Streets of Rage 4. Zynga a lui mis la main pour 250 millions de dollars sur Chartboost, plateforme de publicité programmatique et de monétisation intégrée aux jeux mobiles. THQ Nordic a acquis 3 studios : Kaiko (Kingdoms of Amalur Re-Reckoning, Red Faction Guerilla ReMars-tered et Darksiders Warmastered Edition), Appeal (Outcast) et Massive Miniteam (Spitlings). De son côté, TinyBuild reprend DogHelm (développeur de Streets of Rogue) quand Fragbite Group s'empare de Playdigious (Evoland, Dead Cells, Cultist Simulator...) et Miniclip de Supersonic Software (Micromachine 4, Wrecked, Top Gear...).

MICROIDS CRÉE SON PREMIER STUDIO DE DÉVELOPPEMENT

L'actualité est soutenue pour Microids. Après avoir mis en place très récemment sa structure de distribution (MDF), il vient de créer son premier studio de développement. Microids Studio Lyon se concentrera sur le développement de nouveaux jeux d'aventure. Il sera dirigé par David Chomard et recherche une vingtaine de collaborateurs pour constituer son équipe. « La création de Microids Studio Lyon vient compléter notre chaîne de valeur et nous permet désormais de lancer des projets de développement en interne, jusqu'à la distribution des titres avec notre structure Microids Distribution France (MDF). Par ailleurs, nous continuons à travailler avec de nombreux studios et nous avons, actuellement, plus de vingt-cinq jeux vidéo en développement », explique Stéphane Longeard, PDG de Microids.



LA PARIS GAMES WEEK 2021 ANNULÉE



Pour la 2^e année consécutive et toujours en raison des difficultés liées aux conditions sanitaires, la Paris Games Week 2021 est annulée. « Nous avons étudié tous les dispositifs possibles dans l'espoir de pouvoir vous offrir la plus belle des fêtes... Toutefois, la PGW est avant tout une immense fête et un événement physique unique. Cette célébration réunit chaque année des centaines de milliers de passionnés autour des acteurs de l'industrie pendant plusieurs jours : nous ne concevons pas de proposer une expérience réduite ou dégradée », explique le Sell à qui appartient la manifestation. Une édition 2022 est d'ores et déjà programmée.

EN BREF

BOULANGER

a ouvert son 184^e magasin, le 22^e sous franchise, à Morlaix (29) dans la zone commerciale du Launay. Ce nouveau magasin de 800 m² qui compte 15 collaborateurs va se concentrer sur les services et l'expérience.

E. LECLERC OCCASION,

le 46^e magasin basé à Etampes (91), a ouvert ses achats le 2 juin dernier.

VIVENDI

a annoncé avoir signé un accord avec la Spac Pershing Square Tontine Holding pour la vente de 10% du capital d'Universal Music group, à un prix avoisinant les 3,5 milliards d'euros. L'acquisition devrait intervenir dans les semaines à venir et au plus tard le 15 septembre prochain, a précisé le groupe.

NETFLIX

vient de lancer le 10 juin dernier le site Netflix.shop, une première boutique en ligne de produits dérivés, en éditions limitées et exclusives, de ses séries. Après les animes Yasuke et Eden, elle devrait bientôt proposer des vêtements et objets de décoration inspirés de Lupin (conçus en collaboration avec le musée du Louvre), mais également des produits dérivés de The Witcher et Stranger Things. D'abord disponible aux États-Unis, le site sera étendu à d'autres pays dans les prochains mois.

LA 8K ASSOCIATION,

dédiée à la promotion et au développement de l'écosystème 8K, accueille 11 nouveaux membres dans ses rangs, parmi lesquels Google.

STEVEN SPIELBERG

a signé, via sa société Amblin Partners (1917, Green Book : Sur les Routes du Sud...), un accord avec Netflix pour produire plusieurs films par an, dont on ne sait pas s'ils bénéficieront d'une sortie salles. Pour rappel Amblin Partners reste engagé contractuellement avec Universal Pictures dans la distribution de longs-métrages.

LE FESTIVAL LUMIÈRE,

grand rendez-vous du cinéma classique, reviendra du samedi 9 octobre au dimanche 17 octobre 2021 pour sa 13^e édition. Le Marché international du Film Classique se tiendra quant à lui du 12 au 15 octobre.

WILD BUNCH INTERNATIONAL

et la société de production Capricci s'associent pour lancer le label Wild West dédié aux films et séries de genre (épouvante, fantastique, science-fiction). Les deux sociétés, respectivement dirigées par Vincent Maraval et Thierry Lounas, envisagent de développer une douzaine de projets par an via la Résidence d'écriture de scénarios SoFilm Genre de Capricci, à qui l'on doit La Nuée de Just Philippot (le 16 juin en salles).

NOMINATION



▶ Corine de Bilbao

est nommée **présidente de Microsoft France**. Elle dirigeait la division internationale de Segula Technologies après avoir longtemps travaillé chez General Electric.



▶ Frédéric Chevrier

rejoint **Realme en tant que vice-président France** pour renforcer le développement de la marque sur le marché français. Après une carrière au sein de Sagem, Sony ou encore Motorola, en tant que directeur général France, Frédéric Chevrier intègre Realme, le fabricant de smartphones chinois.

RÉORGANISATION À LA TÊTE DE WARNERMEDIA EMEA

Iris Knobloch, présidente de WarnerMedia pour la France, le Benelux, l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, a décidé de

WarnerMedia

quitter ses fonctions pour entreprendre de nouveaux projets, après 25 ans passé au sein de l'entreprise. Suite à ce départ, Priya Dogra, présidente de WarnerMedia EMEA et Asie (hors Chine) a annoncé une série de nominations au sein de l'équipe de direction de la région, attribuant de nouveaux rôles de **Country Manager à certains dirigeants chevronnés de l'entreprise. Pierre Branco a ainsi vu son périmètre d'action s'élargir devenant Country Manager France et Benelux.** Il conservera en parallèle son poste de Country Manager pour le Moyen-Orient et l'Afrique et de Head of Affiliate and Ad Sales pour la zone EMEA. De son côté, **Sylvia Rothblum a été nommée Country Manager pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse**, en plus de sa fonction actuelle de Head of TV Distribution pour la région. Enfin, **Jamie Friend a été nommé Country Manager pour l'Europe Centrale, de l'Est et Scandinave**, en plus de son poste actuel de directeur financier de WarnerMedia EMEA. Les trois dirigeants seront ainsi responsables du développement et de l'exécution de la stratégie de WarnerMedia ainsi que de l'optimisation de toutes les activités commerciales et marketing du groupe dans leurs régions respectives. Ils chapoteront un large périmètre de la production (cinéma, TV et SVoD) à la distribution (cinéma, vidéo et jeux vidéo), en passant par les produits dérivés, ainsi que les activités de distribution des chaînes WarnerMedia et leurs revenus publicitaires.

CHIFFRES DU MOIS

◆ 2,1 milliards.

Webedia annonce le regroupement de l'ensemble de ses marques, médias, talents et offres gaming (Jeuxvideo.com, GameStar, 3DJuegos, GRYOnline...) sous une marque ombrelle internationale : POG, People Of the Game. Au total, les influenceurs POG (Michou, El Rubius, Domingo, Cyprien...) comptent plus de 860 millions de followers et génèrent 2,1 milliards de vues chaque mois.

◆ 100.

C'est le nombre de Mi Store en Europe. A cette occasion Xiaomi célèbre également l'ouverture de son 1000^e Mi Store dans le monde. Le Chinois vient de se hisser au 3^e rang mondial des marques de smartphone avec 17% des volumes sur le 1^{er} trimestre 2021 (source Canalys).

◆ 124,9 millions.

Sorti en salles le 28 mai dernier aux Etats-Unis, le film d'horreur Sans un Bruit 2 redonne le sourire aux exploitants de salles américaines. Après 4 semaines d'exploitation, le long-métrage de John Krasinski a en effet dépassé les 124 millions de dollars de recettes au box-office américain (223 millions de dollars dans le monde, alors que le film n'est pas encore sorti dans tous les pays). Pour rappel, le 1^{er} opus, sorti en 2018, avait totalisé un peu plus de 188 millions de dollars de recettes aux Etats-Unis (340 millions dans le monde).

◆ 15,7 millions.

Le nombre d'abonnements à très haut débit (supérieur ou égale à 30 Mbps) a progressé de 170% en France au 1^{er} trimestre pour atteindre 15,7 millions et représente désormais plus de la moitié (51%) des abonnements internet sur le territoire français (+9 points en un an). Cette progression est quasiment uniquement le fait des déploiements en fibre optique (FttH) qui comptent pour près de trois-quarts (73%) du nombre total d'accès à très haut débit, soit 11,4 millions (+31% sur un an).

◆ 230,5 millions.

AMC Theatres, plus grand circuit de salles de cinéma au monde (plus de 950), a annoncé avoir levé 230,5 millions dollars auprès du fonds Mudrick Capital Management, qui a acquis 8,5 millions d'actions à un prix unitaire d'environ 27,12 de dollars. Le circuit américain explique que ces fonds lui permettront de relancer les acquisitions de salles et les investissements dans la modernisation de ses cinémas existants et de réduire sa lourde dette (environ 5,4 milliards de dollars). Il s'agit de sa 3^e augmentation de capital depuis le début de l'année après avoir déjà levé 917 millions de dollars en actions et obligations en janvier et 428 millions en mai.

◆ 8.

C'est le nombre de corners Carrefour Occasions qui vont ouvrir au sein des hypermarchés Carrefour. Les magasins de Créteil, Grenoble, Ivry-sur-Seine, Saint-Pierre des Corps, Libourne, Mulhouse, Tourville et Vitrolles sont concernés. Ces espaces de 100m² sont gérés en collaboration avec les équipes de Cash Converters sous franchise.

UNE OFFRE DE REPRISE POUR PS4 D'OCCASION À LA FNAC



La Fnac lance un nouveau service de reprise de PS4. **Clients ou non de la Fnac, les propriétaires de PS4 peuvent dorénavant venir déposer leur ancienne console et leurs manettes, encore fonctionnelles, au sein des magasins Fnac.** Ils se verront remettre un bon d'achat allant jusqu'à 180 euros, valable 1 an sur tous les rayons Fnac. Le Groupe a fait appel à YesYes, spécialiste français du reconditionnement des produits électroniques, pour soutenir son activité de reconditionnement en lui confiant la remise en état des consoles PS4. Entièrement contrôlées, nettoyées et reconditionnées, ces consoles PS4 seront par la suite remises en vente dans les magasins Fnac avec une garantie de 2 ans. Acteur de l'économie circulaire, **le groupe Fnac Darty continue d'étoffer son offre diversifiée de produits reconditionnés afin de répondre continuellement aux besoins de ses clients.** Parallèlement, **le groupe étend son service de réparation par abonnement, Darty Max (3 formules disponibles de 9,99 à 19,99 euros par mois), à de nouveaux produits comme le petit électroménager, la TV home cinéma, le son, la photo et le multimédia, après le blanc (gros électroménager).** Fort de ses 2 500 techniciens du SAV, Darty Max comptait déjà près de 200 000 abonnés à fin 2020, 18 mois après son lancement. Le service qui s'inscrit dans le plan de développement du groupe vise les 2 millions d'abonnés Darty Max à horizon 2025

LE SECTEUR DU RECONDITIONNÉ SE MOBILISE CONTRE LA COPIE PRIVÉE

Les acteurs du secteur français du reconditionné ont décidé de se mobiliser pour faire valoir leur point de vue face à la mise en place de la copie privée sur les produits reconditionnés à compter du 1^{er} juillet 2021. La fédération Rcube et le syndicat du secteur, le SIRRMIET ont réaffirmé leur position auprès de l'Assemblée Nationale après la mise en place du barème mis en place par Copie Privée France au 1^{er} juin qui prévoit par exemple une redevance autour de 8 euros pour un smartphone reconditionné de 64 Go de stockage, vendu autour de 330 euros. Un surcout que les industriels expliquent impossible à compenser en raison de la faible marge du secteur. **La confusion entre prix de vente et marge est à la base de l'incompréhension entre acteurs.** Autre confusion, le terme de reconditionné, terme marketing utilisé à la place du terme occasion, a entraîné une confusion avec ce qu'on appelle la remise à neuf de l'appareil, ce qui n'est pas le cas du reconditionné qui ne subit qu'un ensemble de tests pour vérifier son bon fonctionnement. La mise en place de cette redevance pourrait fragiliser l'ensemble de la filière française (5 000 salariés regroupés dans des TPE et PME) qui doit faire face à une forte concurrence internationale que l'on retrouve sur la place de marché spécialisée Back Market et qui elle ne serait pas concernée par cette redevance. Un amendement voté à l'assemblée a certes exonéré les entreprises françaises rattachées au secteur de l'Economie Sociale et Solidaire (comme Emmaus Connect), mais l'application ne se fera qu'au moment du vote de la loi, et non pas au 1^{er} juillet. Une demande de recours suspensif était envisagée par le SIRRMIET.

La Redevance copie privée (RCP) en Europe	
montant prélevé pour un smartphone > 64GO remis à neuf	
0 €	En Italie, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 0,5 euro
0 €	En Espagne, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 1,1 euro
0 €	En Pologne, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 0,05 à 3 euros
0 €	En Allemagne, le montant de la RCP pour un smartphone 64GO neuf vendu après 2014 est de 6,25 euros et ne s'applique pas aux professionnels
3 €	En Belgique, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 3 euros
4 €	Aux Pays-Bas, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 7,3 euros
Montant que Copie France souhaite prélever pour un smartphone > 64GO Reconditionné :	
8,4 €	En France, le montant de la RCP pour un smartphone neuf est de 14 euros

FESTIVAL DE CANNES : LA SÉLECTION OFFICIELLE DE LA 74^E ÉDITION



Après une édition 2020 annulée sous sa forme traditionnelle en raison de la crise sanitaire et remplacé par un Label décerné à 56 films, le Festival de Cannes sera de retour sur la croisette du 6 au 17 juillet. Alors qui succèdera à la Palme d'Or 2019 : Parasite du Sud-Coréen Bong Joon Ho ? Le président du Festival, Pierre Lescure, et son délégué général, Thierry Frémaux, ont dévoilé, début juin, **la liste des 24 films en compétition dans la Sélection officielle de cette 74^e édition, dont le jury sera présidé par Spike Lee.** Aux côtés d'Annette, la comédie musicale en langue anglaise tant attendue du Français Leos Carax (Les Amants du Pont Neuf) avec Marion Cotillard et Adam Driver, Benedetta de Paul Verhoeven avec Virginie Efira et Charlotte Rampling, et The French Dispatch de West Anderson et son casting 5 étoiles (Bill Murray, Timothée Chalamet, Adrien Brody, Léa Seydoux, Mathieu Amalric...), dont la sélection avait déjà été révélée un peu plus tôt dans l'année, on retrouvera l'Italien Nanni Moretti, Palme d'Or en 2001 pour La Chambre du Fils, qui revient avec Tre Piani, mais aussi le cinéaste iranien Asghar Farhadi (Le Client, Une Séparation) avec Un héros ou encore le réalisateur thaïlandais Apichatpong Weerasethakul qui présentera le drame Memoria après sa Palme d'Or en 2010 pour Oncle Boonmee. Les nouveaux films de l'acteur américain Sean Penn (Flag Day), de l'Australien Justin Kurzel (Nitram), du Russe Kirill Serebrennikov (La Fièvre de Petrov), du Norvégien Joachim Trier (Julie en 12 chapitres), du Japonais Ryusuke Hamaguchi (Drive My Car), de l'Israélien Nadav Lapid (Le Genou d'Ahed) et du réalisateur Belge Joachim Lafosse (Les Intranquilles) seront également en compétition. **Côté Français, outre Leos Carax, 6 autres cinéastes font partie de la sélection : François Ozon avec Tout s'est Bien Passé, Bruno Dumont avec France, Julia Ducournau avec Titane, Mia Hansen-Løve avec Bergman Island, Catherine Corsini avec La Fracture et Jacques Audiard avec Les Olympiades.**

LES ARTISTES ET CHANSONS QUI ONT MARQUÉ LES 20 DERNIÈRES ANNÉES SELON LES FRANÇAIS



Depuis 20 ans le Crédit Mutuel est engagé au côté du monde de la musique parrainant chaque année plus de 600 événements musicaux dont 90 festivals et 26 salles de concert dans toute la France. Afin de célébrer cette anniversaire, **la banque et sa plateforme musicale RIFFX ont commandé auprès de l'institut YouGov un sondage sur les artistes francophones et les 20 chansons qui ont le plus marqué les Français (18 ans et plus) au cours des 2 dernières décennies (2001 –**

2021) et ceux qui marqueront les 2 prochaines. **Du côté des artistes féminine, ce sont les iconiques Céline Dion (51%) et Mylène Farmer (41%) qui ont été plébiscitées** par les sondés. Un choix logique puisque ce sont les deux chanteurs francophones ayant écoulés le plus de disques ces dernières années (125 millions dont 37 depuis les années 2000 pour la 1^{ère} et plus de 30 millions pour la seconde). A la 3^e place, on retrouve Zazie (25%) aux côtés d'Angèle (25%), suivies de Louane et Vanessa Paradis avec 24% des votes. **Chez leurs homologues masculins, le trio de tête est occupé par 3 figures aussi saluées qu'adultées : Johnny Hallyday (44% des suffrages), Jean-Jacques Goldman (44%) et Stromae (32%).** Suivent Soprano (28%), David Guetta (27%), Charles Aznavour (27%), Florent Pagny (25%), Grand Corps Malade (24%) et Francis Cabrel (24%). **Côtés chansons, le public français a largement plébiscité Stromae qui place deux titres, Formidable (cité par 36% des personnes interrogées) et Papaoutai (35%), en tête de liste des 20 morceaux (français et internationaux) préférés des Français des 20 dernières années.** Un succès unanime pour le chanteur belge qui a écoulé 2,5 millions d'exemplaires de l'album Racine Carré, dont sont tirés les 2 tubes. En 3^e position, on retrouve la chanson J'ai Demandé à la Lune d'Indochine (33%) qui avait relancé la carrière du groupe en 2002. Le titre Ma liberté de Penser de Florent Pagny (32%) arrive juste derrière, suivi de Marie de Johnny Hallyday (30%) puis de Manhattan Kaboul d'Axelle Red et Renaud (24%). La chanteuse britannique Adèle se classe à la 7^e position avec son mythique tube Someone Like You (24%), quand Celine Dion occupe les 2 places suivantes avec son duo Sous le Vent avec Garou et la chanson Encore un Soir (24%). Les Daft Punk, qui ont annoncé leur séparation en février, complète le Top 10 avec One More Time (23%). Enfin à la question quels artistes marqueront ces 20 prochaines années ?, les sondés ont répondu Vianney à 27%, suivi de Gims, Kenji Girac et Angèle, tous à 21%, et de M Pokora et Louane qui récoltent 17% des voix.

NOMINATION



Fabian Sautier

rejoint la plateforme française de streaming et de téléchargement de musique haute définition **Qobuz** en tant que **directeur marque et communication**. Il aura pour mission d'enrichir l'expérience de marque et d'accroître la notoriété de Qobuz en France et à l'international. Nommé parmi les 20 CMO les plus influents en France par e-marketing & Brandwatch, Fabian Sautier a débuté sa carrière chez L'Oréal où il a évolué durant 7 ans, avant de rejoindre en 2017 l'équipementier Under Armour en tant que directeur marketing France et Europe du Sud.

Les Chiffres Clés

300 000.

L'album Mesdames de Grand Corps Malade (8^e meilleure vente de 2020) vient de décrocher un triple disque de platine, avec plus de 300 000 ventes au compteur, tout comme l'album M.I.L.S. 2.0 de Ninho.

10 millions.

Lady Gaga est rentrée encore un peu plus dans le Livre Guinness des records grâce à son tube Shallow. Le hit est en effet le 4^e single de la popstar, après Just Dance, Poker Face et Bad Romance, à passer la barre des 10 millions d'exemplaires vendus dans le monde. Une première pour une artiste féminine.

200 000.

Alors que sa nouvelle tournée a démarré le 19 juin au Palais des Sports de Paris avant de passer par les Zénith à l'automne, Kendji Girac vient de voir son 4^e album Mi Vida, sorti en octobre 2020, passer la barre des 200 000 ventes (streaming inclus), à la faveur d'une réédition en février. Il décroche ainsi son 4^e double disque de platine. A noter qu'un 5^e album est déjà dans les tuyaux, qui d'après les dires du chanteur « va sortir bientôt ».

108,2 millions.

Six mois seulement après le carton de l'album BE (2,69 millions de disques écoulés dans le monde en 2020), la formation sud-coréenne BTS a fait un retour remarqué le 21 mai dernier avec son nouveau titre Butter. Le clip de la chanson a en effet battu le record du meilleur démarrage de l'histoire sur YouTube avec 108,2 millions de vues en 24h (244,6 millions à fin mai), détenu jusqu'ici par Dynamite, autre chanson du groupe (101,1 millions). Butter a également réalisé la meilleure journée de démarrage de l'histoire de Spotify, en enregistrant plus de 11 millions d'écoutes.

200 000.

Tête d'affiche du concert-test à l'Accor Arena de Paris, samedi 29 mai dernier, Indochine vient de se voir décerner un double disque de platine par le Snep, pour son best-of Singles Collection (2001-2021). La compilation sortie fin août 2020 a en effet dépassé les 200 000 ventes, tandis que la seconde version 1981-2001 a passé le cap des 150 000 exemplaires.

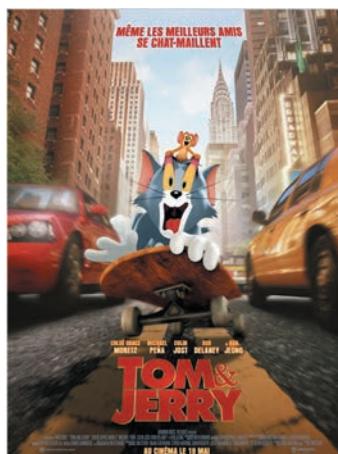
100 000.

Avec la sortie le 19 mars dernier de son 5^e album studio JVLIVS II, SCH a incontestablement confirmé qu'il faisait partis des poids lourds du rap français actuel. L'album a en effet franchi en 2 mois le cap des 100 000 équivalents ventes, synonyme de disque de platine. Une barre que le disque Un Air de Famille de Patrick Fiori, sorti en octobre 2020, vient également de passer, tout comme Thank U, Next, 5^e album studio d'Ariana Grande, sorti en février 2019 et Ultra de Booba, sorti le 4 mars dernier.

50 000.

Les Mains Faites pour l'Or, nouvel album du rappeur marseillais Naps porté par le tube du moment La Kiffance, a été certifié disque d'Or pour 50 000 équivalents ventes, tout comme les albums Drill FR de Gazo, Dans les Mains de ZKR, Mistral de Soso Maness et Heaven & Hell d'Ava Max.

I TOUS AU CINÉMA !



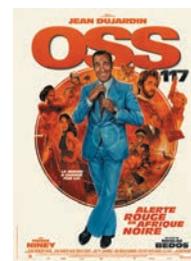
Après plus de 6 mois de fermeture (201 jours très exactement), les cinémas hexagonaux ont pu enfin rouvrir leurs portes le 19 mai dernier, lors de la 2^e phase du déconfinement. Et contrairement à la réouverture de juin 2020, les films, et notamment les nouveautés, étaient présents en nombre pour cette reprise. Rien que la journée du 19 mai, entre longs-métrages à l'exploitation amputée en octobre (Adieu les Cons, ADN, Drunk, Garçon Chiffon...), ceux prévus pour la réouverture avortée du 15 décembre (Mandibules, Falling, Slalom...) et nouveautés (Tom & Jerry, Envole-moi...), près de 40 films étaient proposés au cinéma, soit près de 3 fois plus que la moyenne hebdomadaire habituelle. De quoi contenter les spectateurs en mal de cinéma qui ont pris d'assaut les salles obscures. Un peu plus 2,2 millions d'entrées ont en effet été enregistrées la semaine de la réouverture dans les plus de 2 000 cinémas du territoire, soit un score supérieur à la 1^{ère} semaine de réouverture en juin 2020 (1,9 million d'entrées) et à deux doigts d'égaliser celui de la semaine équivalente en mai 2019 (2,4 millions). Une performance exceptionnelle compte tenu du contexte avec une jauge de remplissage restreinte à 35% de la capacité d'accueil, une distanciation physique imposée de 2 fauteuils libres entre chaque spectateur ou groupe de 6 personnes et un couvre-feu à 21 heures. La semaine de réouverture a ainsi été plus que positive, bien aidée en cela par la météo maussade et le lundi de Pentecôte (plus de 500 000 tickets vendus sur la journée). Dans ce contexte, c'est Adieu les Cons d'Albert Dupontel, grand gagnant des Césars 2021 avec 7 trophées, qui a signé le meilleur démarrage de la reprise avec 513 607 entrées (source : Boxoffice Pro), suivi du phénomène manga Demon Slayer : Le Train de l'Infini qui a attiré 350 000 fans, et Tom & Jerry de Tim Story avec près de 250 000 entrées.

Malheureusement après cette première semaine de reprise de haut niveau, portée par une réelle soif de retourner au cinéma des spectateurs, la dynamique s'est essouffée en 2^e et 3^e semaines avec le retour du beau temps. 1,236 million d'entrées ont en effet été enregistrées du 26 mai au 1 juin, soit une baisse de 45,5% par rapport à la semaine précédente et 1,289 million du 2 au 8 juin (+4,4% vs la semaine précédente). Les entrées étant drainées une nouvelle fois par Adieu les Cons (près d'1,76 millions de spectateurs depuis le début de son exploitation). Avec le passage des jauges d'accueil de 35% à 65% et du couvre-feu à 23 heures, la fréquentation est légèrement repartie à la hausse en 4^e semaine (du 9 au 15 juin) avec 1,621 million d'entrées (+25,6% vs semaine précédente), tout comme en 5^e semaine (du 16 au 22 juin) avec 1,916 million d'entrées (+18,1%). Au total, le nombre d'entrées s'établit à 8,3 millions après 5 semaines de réouvertures (4,74 millions de spectateurs s'étaient déplacés sur le premier mois de réouverture en 2020).

Avec la fin de toutes les restrictions depuis le 30 juin, marquée par le retour de la Fête du Cinéma (du mercredi 30 juin au dimanche 4 juillet inclus avec un tarif unique de 4 euros la séance), la situation devrait nettement s'améliorer. Une chose est sûre, l'offre de films sera encore très fournie dans les prochains mois (entre 10 et 20 sorties par semaine) avec notamment la programmation de nombreux blockbusters. Tour d'horizon des principales sorties attendues d'ici la fin de l'année.

Juillet*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
07-juil	Black Widow	The Walt Disney Company	Action	Cate Shortland	Scarlett Johansso, Florence Pugh, David Harbour...
07-juil	Les Croods 2 : Une Nouvelle Ere	Universal Pictures	Animation	Joel Crawford	
07-juil	Next Door	Eurozoom	Comédie Dram.	Daniel Brühl	Daniel Brühl, Peter Kurth, Rike Eckermann...
09-juil	Benedetta	Pathé	Drame	Paul Verhoeven	Virginie Efira, Charlotte Rampling, Daphne Patakia...
14-juil	Fast & Furious 9	Universal Pictures	Action	Justin Lin	Vin Diesel, Michelle Rodriguez, Jordana Brewster...
14-juil	Désigné Coupable	Metropolitan	Thriller	Kevin Macdonald	Jodie Foster, Tahar Rahim, Shailene Woodley...
14-juil	Space Jam : Nouvelle Ere	Warner Bros.	Animation	Malcom D. Lee	LeBron James, Don Cheadle...
14-juil	Mystère à Saint-Tropez	Studiocanal	Comédie	Nicolas Benamou	Christian Clavier, Benoit Poelvoorde, Thierry Lhermitte...
14-juil	Aya et la Sorcière	Wild Bunch	Animation	Goro Miyazaki	
14-juil	Frères d'Arme	Destiny Films	Drame	Sylvain Labrosse	Vincent Rottiers, Kévin Azais, Pauline Parigot...
14-juil	Ainbo, Princesse d'Amazonie	Le Pacte	Animation	Richard Claus / Jose Zelada	
21-juil	Kamelott - Premier volet	SND	Comédie	Alexandre Astier	Alexandre Astier, Lionnel Astier, Alain Chabat...
21-juil	Spirale : L'Héritage de Saw	Metropolitan	Epouvante	Darren Lynn Bousman	Chris Rock, Samuel L. Jackson, Max Minghella...
21-juil	Old	Universal Pictures	Thriller	M. Night Shyamalan	Gael Garcia Bernal, Vicky Krieps, Rufus Sewell...
21-juil	Hôtel Transylvanie 4	Sony Pictures	Animation	D. Drymon / J. Klusha	
28-juil	The Suicide Squad	Warner Bros.	Action	James Gunn	Margot Robbie, Viola Davis, Joel Kinnaman...
28-juil	Le Soupir des Vagues	Art House	Fantastique	Kôji Fukada	Dean Fujioka, Mayu Tsuruta, Taiga...
28-juil	Jungle Cruise	The Walt Disney Company	Aventure	Jaume Collet-Serra	Dwayne Johnson, Emily Blunt, Jack Whitehall...
28-juil	C'est la Vie	Orange Studio / UGC	Comédie	Julien Rambaldi	Josiane Balasko, Nicolas Maury, Léa Drucker...
28-juil	Milla	Memento Dist.	Comédie Dram.	Shannon Murphy	Eliza Scanlen, Toby Wallace, Essie Davis...



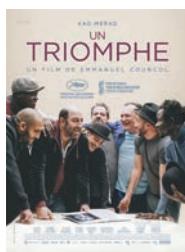
Août*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
04-août	Ice Road	Metropolitan	Action	Jonathan Hensleigh	Liam Neeson, Laurence Fishburne, Holt McCallany...
04-août	OSS 117 : Alerte Rouge en Afrique Noire	Gaumont	Comédie	Nicolas Bedos	Jean Dujardin, Pierre Niney, Fatou N'Diaye...
04-août	American Nightmare 5	Universal Pictures	Epouvante	Everardo Gout	Ana de la Reguera, Tenoch Huerta, Josh Lucas...
04-août	Le Tour du Monde en 80 Jours	Studiocanal	Animation	Samuel Tourneux	
04-août	De Bas Etage	Le Pacte	Comédie	Yassine Qnia	Soufiane Guerrab, Souheila Yacoub
11-août	Free Guy	The Walt Disney Company	Comédie	Shawn Levy	Ryan Reynolds, Jodie Comer, Lil Rel Howery...
11-août	Escape Game 2	Sony Pictures	Epouvante	Adam Robitel	Taylor Russell McKenzie, Logan Miller...
11-août	Passion Simple	Pyramide Dist.	Drame	Danielle Arbid	Laetitia Dosch, Sergei Polunin...
11-août	Rouge	Ad Vitam	Thriller	Farid Bentoumi	Zita Hanrot, Sami Bouajila, Céline Sallette...
11-août	C'est quoi ce Papy ?	UGC Dist.	Comédie	Gabriel Julien-Laferrrière	Chantal Ladesou, Patrick Chesnais, Julie Gayet...
18-août	Les Fantômes	Gaumont	Comédie Rom.	Sébastien et David Foenkinos	Ramzy Bedia, Nicolas Bedos, Monica Bellucci...
18-août	Snake Eyes	Paramount Pictures	Action	Robert Schwentke	Henry Golding, Samara Weaving, Ursula Corbero...
18-août	Baby Boss 2	Universal Pictures	Animation	Tom McGrath	
18-août	Réminiscence	Warner Bros.	Science-fiction	Lisa Joy	Hugh Jackman, Rebecca Ferguson, Thandiwe Newton...
18-août	Attention au Départ !	SND	Comédie	Benjamin Euvrard	André Dussollier, Jérôme Commandeur...
25-août	Eiffel	Pathé	Comédie Dram.	Martin Bourboulon	Romain Duris, Emma Mackey, Pierre Deladonchamps...
25-août	La Pat' Patrouille - Le Film	Paramount Pictures	Animation	Cal Brunker	
25-août	Candyman	Universal Pictures	Epouvante	Nia DaCosta	Yahya Adbul-Mateen II, Teyonah Paris...
25-août	The Beatles Get Back	The Walt Disney Company	Documentaire	Peter Jackson	John Lennon, Paul McCartney, George Harrison...
25-août	La Terre des Hommes	Ad Vitam	Drame	Naël Marandin	Diane Rouxel, Finnegan Oldfield, Jalil Lespert...

* Planning prévisionnel (les dates de sorties peuvent être amenées à changer)

Septembre*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
01-sept	Shang-Chi et la Légende des Dix Anneaux	The Walt Disney Company	Action	Destin Daniel Cretton	Simu Liu, Tony Leung Chiu Wai, Awkwafina...
01-sept	France	ARP Sélection	Comédie	Bruno Dumont	Léa Seydoux, Blanche Gardin, Benjamin Biolay...
01-sept	Malignant	Warner Bros.	Epouvante	James Wan	Annabelle Wallis, Maddie Hasson, George Young...
01-sept	Un Triomphe	Memento Dist.	Comédie	Emmanuel Courcol	Kad Merad, David Ayala, Lamine Cissokho...
01-sept	Cette Musique ne Joue pour Personne	UGC Dist.	Comédie Rom.	Samuel Benchetrit	Samuel Benchetrit, Vanessa Paradis, François Damiens...
08-sept	Délicieux	SND	Comédie	Eric Besnard	Grégory Gadebois, Isabelle Carré, Benjamin Lavernhe...
08-sept	Boîte Noire	Studiocanal	Thriller	Yann Gozlan	Pierre Niney, Lou de Laâge, André Dussolier...
08-sept	Supernova	KMBO	Drame	Harry Macqueen	Colin Firth, Stanley Tucci, Sarah Woodward...
08-sept	Les Méchants	Le Pacte	Comédie Dram.	M. Achour et D. Baumard	Roman Frayssinet, Djimo, Ludivine Sagnier...
15-sept	Dune	Warner Bros.	Science-fiction	Denis Villeneuve	Timothée Chalamet, Rebecca Ferguson, Oscar Isaac...
15-sept	L'Origine du Monde	Studiocanal	Comédie	Laurent Lafitte	Laurent Lafitte, Karin Viard, Vincent Macaigne...
15-sept	Pourris Gâtés	Apollo Films	Comédie	Nicolas Cuche	Gérard Jugnot, Camille Lou, Artus
15-sept	Les Amours d'Anaïs	Haut et Court	Comédie Rom.	Charline Bourgeois-Tacquet	Anaïs Demoustier, Valeria Bruni Tedeschi...
22-sept	Stillwater	Universal Pictures	Thriller	Tom McCarthy	Matt Damon, Camille Cottin, Abigail Breslin...
22-sept	Tout nous Sourit	UGC Dist.	Comédie	Melissa Drigeard	Elsa Zylberstein, Stéphane de Groodt, Guy Marchand...
22-sept	Eugénie Grandet	Ad Vitam	Historique	Marc Dugain	Olivier Gourmet, Valérie Bonneton, Joséphine Japy...
22-sept	J'Adore ce que vous Faites	Gaumont	Comédie	Philippe Guillard	Gérard Lanvin, Artus, Antoine Bertrand...
22-sept	Tromperie	Le Pacte	Drame	Arnaud Desplechin	Léa Seydoux, Denis Podalydès, Emmanuelle Devos...
22-sept	Tout s'est Bien Passé	Diaphana Dist.	Comédie Dram.	François Ozon	Sophie Marceau, André Dussolier, Laëtitia Clément...
29-sept	The Eyes of Tammy Faye	The Walt Disney Company	Drame	Michael Showalter	Jessica Chastain, Andrew Garfield, Vincent D'Onofrio...
29-sept	Le Milieu de l'Horizon	Outplay	Drame	Delphine Lehericéy	Luc Bruchez, Laetitia Casta, Clémence Poésy...


Octobre*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
06-oct	Mourir Peut Attendre	Universal Pictures	Action	Cary Joji Fukunaga	Daniel Craig, Rami Malek, Léa Seydoux...
06-oct	7 Jours	Eurozoom	Animation	Yuuta Murano	
06-oct	Le Petit Piaf	Gaumont	Comédie Dram.	Gérard Jugnot	Soan Arhimann, Marc Lavoine, Gérard Jugnot...
06-oct	L'Homme de la Cave	Ad Vitam	Comédie Dram.	Philippe Le Guay	François Cluzet, Bérénice Bejo, Jérémie Renier...
13-oct	Qu'est-ce qu'On a Tous Fait au Bon Dieu ?	UGC Dist.	Comédie	Philippe de Chauveron	Christian Clavier, Chantal Lauby, Ary Abittan...
13-oct	De nos Frère Blessés	Diaphana Dist.	Drame	Héliel Cisterne	Vincent Lacoste, Vicky Krieps, Meriem Medjkane...
13-oct	The Last Duel	The Walt Disney Company	Drame	Ridley Scott	Ben Affleck, Jodie Comer, Matt Damon...
13-oct	A Good Man	Pyramide Dist.	Drame	Marie-Castille Mention-Schaar	Noémie Merlant, Soko, Vincent Dedienne...
13-oct	Le Loup et le Lion	Studiocanal	Aventure	Gilles de Maistre	Molly Kunz, Graham Greene, Charlie Carrick...
13-oct	Julie (en 12 Chapitres)	Memento Dist.	Drame	Joachim Trier	Renate Reinsve, Anders Danielsen Lie...
20-oct	Venom : Let There Be Carnage	Sony Pictures	Action	Andy Serkis	Tom Hardy, Michelle Williams, Naomis Harris...
20-oct	Super-Héros Malgré Lui	Studiocanal	Comédie	Philippe Lacheau	Philippe Lacheau, Elodie Fontan, Tarek Boudali...
20-oct	Illusions Perdues	Gaumont	Drame	Xavier Giannoli	Vincent Lacoste, Cécile de France, Gérard Depardieu...
20-oct	Le Trésor du Petit Nicolas	Warner Bros.	Comédie	Julien Rappeneau	Ilan Debrabant, Jean-Paul Rouve, Audrey Lamy...
20-oct	Les Intranquilles	Les Films du Losange	Drame	Joachim Lafosse	Leïla Bekhti, Damien Bonnard, Gabriel Merz Chammah...
27-oct	The French Dispatch	The Walt Disney Company	Comédie Dram.	Wes Anderson	Timothée Chalamet, Saoirse Ronan, Cécile de France...
27-oct	Lui	Pathé	Thriller	Guillaume Canet	Guillaume Canet, Virginie Efira, Laetitia Casta...
27-oct	La Famille Addams 2	Universal Pictures	Animation	Tiernan/Brousseau/Povlovic	
27-oct	Tre Piani	Le Pacte	Comédie Dram.	Nanni Moretti	Riccardo Scamarcio, Margherita Buy...
27-oct	A Nos Enfants	Epicentre Films	Drame	Maria de Medeiros	Laura Castro, Marta Nobrega, Marieta Severo...

* Planning prévisionnel (les dates de sorties peuvent être amenées à changer)

Novembre*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
03-nov	Les Eternels	The Walt Disney Company	Fantastique	Chloé Zao	Angelina Jolie, Richard Madden, Salma Hayek...
03-nov	Albatros	Pathé	Drame	Xavier Beauvois	Jérémie Renier, Marie-Julie Maille, Victor Belmondo...
03-nov	Barbaque	Apollo Films / TF1 Studio	Comédie	Fabrice Eboué	Fabrice Eboué, Marina Foïs, Virginie Hocq...
03-nov	The Many Saints of Newark	Warner Bros.	Policier	Alan Taylor	Alessandro Nivola, Leslie Odom Jr., Jon Bernthal...
03-nov	Les Olympiades	Memento Dist.	Drame	Jacques Audiard	Makita Samba, Noémie Merlant, Annabelle Milot...
03-nov	A Propos de Joan	Haut et Court	Drame	Laurent Larivière	Isabelle Huppert, Lars Eidinger, Swann Arlaud...
10-nov	Aline	Gaumont	Biopic	Valérie Lemercier	Valérie Lemercier, Sylvain Marcel, Danielle Fichaud...
10-nov	S.O.S. Fantômes : L'Héritage	Sony Pictures	Aventure	Jason Reitman	Paul Rudd, Carrie Coon, Mckenna Grace...
10-nov	Cry Macho	Warner Bros.	Western	Clint Eastwood	Clint Eastwood, Eduardo Minett, Natalia Traven...
10-nov	Last Night In Soho	Universal Pictures	Thriller	Edgar Wright	Anya Taylor-Joy, Matt Smith, Diana Rigg...
17-nov	Top Gun : Maverick	Paramount Pictures	Action	Joseph Kosinski	Tom Cruise, Miles Teller, Jennifer Connelly...
17-nov	Amants	Wild Bunch	Thriller	Nicole Garcia	Stacy Martin, Pierre Niney, Benoît Magimel...
17-nov	On est Fait pour s'Entendre	Diaphana Dist.	Comédie Rom.	Pascal Elbé	Pascal Elbé, Sandrine Kiberlain, Manon Lemoine...
17-nov	Mica	JHR Films	Drame	Ismael Ferroukhi	Sabrina Ouazani, Zakaria Inan...
24-nov	Suprêmes	Sony Pictures	Biopic	Audrey Estrougo	Théo Christine, Sandor Funtek, Félix Lefebvre...
24-nov	Encanto, La Fantastique Famille Madrigal	The Walt Disney Company	Animation	B. Howard et J. Bush	
24-nov	Resident Evil : Welcome to Raccoon City	Metropolitan	Action	Johannes Roberts	Kaya Scodelario, Hannah John-Kamen, Robbie Amell...
24-nov	House of Gucci	Universal Pictures	Biopic	Ridley Scott	Adam Driver, Lady Gaga, Al Pacino, Jared Leto...
24-nov	De son Vivant	Studiocanal	Drame	Emmanuelle Bercot	Catherine Deneuve, Benoît Magimel, Gabriel Sara...
24-nov	Les Choses Humaines	Gaumont	Drame	Yvan Attal	Charlotte Gainsbourg, Ben Attal, Suzanne Jouannet...



Décembre*

Date de sorties	Titres	Distributeur	Genre	Réalisateur	Acteurs
01-déc	Clifford	Paramount Pictures	Aventure	Walt Becker	Darby Camp, Jack Whitehall, Sienna Guillory...
01-déc	La Pièce Rapportée	Diaphana Dist.	Comédie	Antonin Peretjatko	Anais Demoustier, Philippe Katerine, Josiane Balasko...
01-déc	King Richard	Warner Bros.	Drame	Reinaldo Marcus Green	Will Smith, Jon Bernthal, Saniyya Sidney...
01-déc	Belfast	Universal Pictures	Drame	Kenneth Branagh	Jamie Dornan, Caitriona Balfe, Ciaran Hinds...
01-déc	Frida Viva La Vida	Eurozoom	Documentaire	Asia Argento	
08-déc	West Side Story	The Walt Disney Company	Comédie Music.	Steven Spielberg	Rachel Zegler, Ansel Elgort, Ariana DeBose...
08-déc	Les Tuche 4	Pathé	Comédie	Olivier Baroux	Jean-Paul Rouve, Isabelle Nanty, Claire Nadeau...
08-déc	Irréductible	SND	Comédie	Jérôme Commandeur	Jérôme Commandeur, Laetitia Dosch, Gérard Darmon...
08-déc	Les Elfkins : Opération Pâtisserie	KMBO	Animation	Ute Von Münchow-Pohl	
15-déc	Spider-Man : No Way Home	Sony Pictures	Action	Jon Watts	Tom Holland, Zendaya, Tony Revolori...
15-déc	Matrix 4	Warner Bros.	Science-fiction	Lana Wachowski	Keanu Reeves, Carrie-Anne Moss, Jada Pinkett Smith...
15-déc	Mystère	Gaumont	Aventure	Denis Imbert	Vincent Elbaz, Shanna Keil, Marie Gillain...
15-déc	Mes Très Chers Enfants	UGC Dist.	Comédie	Alexandra Leclère	Josiane Balasko, Didier Bourdon, Marilou Berry...
15-déc	Flag Day	Le Pacte	Thriller	Sean Penn	Sean Penn, Dylan Penn, Josh Brolin, Miles Teller...
22-déc	The King's Man : Première Mission	The Walt Disney Company	Action	Matthew Vaughn	Ralph Fiennes, Gemma Arterton, Rhys Ifans...
22-déc	Tous en Scène 2	Universal Pictures	Animation	C. Lourdelet et G. Jennings	
22-déc	Mince Alors 2 : La Rechute	Le Pacte	Comédie	Charlotte de Turckheim	Charlotte de Turckheim, Catherine Hosmalin...
22-déc	La Croisade	Ad Vitam	Comédie	Louis Garrel	Louis Garrel, Laetitia Casta, Joseph Engel...
22-déc	C'est toi que j'Attendais	Pyramide Dist.	Documentaire	Stéphanie Pillonca	
22-déc	Nos Plus Belles Années	ARP Sélection	Comédie Dram.	Gabriele Muccino	Pierfrancesco Favino, Micaela Ramazzotti...
29-déc	Downton Abbey 2	Universal Pictures	Drame	Simon Curtis	Maggie Smith, Imelda Staunton, Dominic West...
29-déc	The Souvenir	Condor Dist.	Drame	Joanna Hogg	Honor Swinton-Byrne, Tom Burke, Tilda Swinton...

* Planning prévisionnel (les dates de sorties peuvent être amenées à changer)

DES TV SANS BORD CHEZ SHARP

Avec sa nouvelle gamme de téléviseurs sans bord, Sharp franchit une nouvelle étape dans sa montée en gamme. **Les deux nouvelles séries Android UHD DL et DN (disponibles en 42, 50 et 65 pouces) se présentent avec un design ultra fin frameless** qui permet de concurrencer les plus grandes marques. Avec les séries DN et DL, Sharp lance des téléviseurs Android UHD haut de gamme tant par la qualité d'image que par le rendu audio, le tout à des prix attractifs qui rendent la marque toujours plus compétitive sur le marché (cf. interview MM279). **« Avec ces nouvelles séries, l'écran d'une extrême finesse occupe tout le cadre et repose sur des pieds épurés. Un minimalisme qui laisse toute sa place à l'expérience visuelle presque illimitée »** explique Christian Rochefort, Country Director France de Sharp. Dans le détail, ces modèles intègrent les standards HDR10 et HLG et garantissent une plage de contraste étendue et des couleurs éclatantes. La technologie Active Motion 600 de Sharp intensifie la netteté des mouvements et réduit les distorsions d'images gênantes. Les téléviseurs de la série DN utilisent la technologie Dolby Vision qui garantit la meilleure qualité d'image disponible à partir des



disques Blu-ray 4K et des services de SVOD, accessible via Android TV. A noter que le modèle en 65 pouces est doté d'une finition élégante, avec un cadre fin entièrement en aluminium, et d'une dalle haute luminosité atteignant un niveau de 400 nits. Côté son, les deux séries DN et DL sont équipées de haut-parleurs intégrés Harman Kardon (DTS Virtual X). La série DN intégrant en

plus un son surround immersif Dolby Atmos. Le 65 pouces bénéficie en plus d'un son 2.1. Enfin ces deux séries intègrent également l'assistant Google pour un contrôle vocal de son téléviseur. **Disponible en juillet, les séries DL et DN en 50 pouces sont commercialisées respectivement à 619 et 629 euros, et à 859 et 869 euros pour les 65 pouces.**

TECH-BREAK, UNE SOLUTION SIMPLE POUR SE RETROUVER EN FAMILLE

Sony DADC Consumer Sales poursuit sa diversification en lançant un produit d'un nouveau genre baptisé Tech-Break. **Il s'agit d'un mini coffre verrouillable permettant à toute la famille de déposer ses smartphones, tablettes et manettes afin de se réunir pour un temps donné en s'isolant des appareils mobiles.** Réglable de 1h à 24h, ou pour plusieurs jours, selon les différents modes accessibles depuis l'écran de contrôle. En cas d'urgence il existe un code de déverrouillage rapide sur clavier intégré. En outre, ce coffre permet de recharger les appareils pendant la durée de l'immobilisation. 3 câbles sont fournis (Lightning, USB-C et Micro USB). Il peut fonctionner sur piles ou via un câble micro-USB fourni. **Tech-Break arbore un design noir mat très discret qui permet de se faire oublier dans la pièce. Tech-Break sortira à la rentrée autour de 129 euros.** *« Il sera notamment distribué par notre partenaire grossiste Innov8, spécialiste de la mobilité et des objets connectés »,* explique Manuel Simonnet, Sales Manager de Sony DADC Consumer Sales. **« L'augmentation du temps d'écran et ses conséquences sur la vie de famille et la santé sont un véritable problème au sein de la société : enfants comme parents sont touchés. Tech-Break est le parfait support pour dialoguer autour de cette problématique et construire de nouvelles habitudes, notamment au moment des repas ou du coucher. On le sait, dormir avec sa tablette ou son smartphone à proximité perturbe notre sommeil. Tech-Break n'est donc pas un gadget. Le fait de mettre son smartphone sous cloche permet réellement de dégager du temps libre pour toute la famille. Cela fonctionne et a été validé par une série d'experts. A noter enfin que l'ensemble du packaging est 100% sans plastique à l'image des autres marques que nous distribuons. C'est également un point de convergence avec Innov8 qui travaille sur ces problématiques. »**



Packaging non définitif



LE TV MICRO-LED DE SAMSUNG EN AVANT-PREMIERE A LA FNAC

Présenté en avant-première à la Fnac des Ternes, le seul téléviseur Micro-led de Samsung exposé en France à ce jour a su attirer l'attention des professionnels et des visiteurs.

Le téléviseur Micro-led de Samsung a bénéficié d'une belle mise en avant dans le magasin Fnac des Ternes (Paris 17). Cette avant-première a été l'occasion pour le constructeur coréen de dévoiler au grand public et aux professionnels cette nouvelle technologie d'affichage du futur. Le TV Micro-led de Samsung de 110 pouces est donc le seul à avoir été exposé sur le territoire français du 25 mai au 18 juin dernier. Un lieu idéal pour expliquer la technologie aux journalistes spécialisés mais également aux visiteurs technophiles de l'enseigne. Ils ont ainsi pu constater directement de la qualité bluffante de ce nouveau téléviseur. Les TV Micro-led sont déjà disponibles à la vente pour les plus fortunés : comptez en effet 150 000 euros pour le 110 pouces, où 130 000 euros pour le 99 pouces. Mais loin d'être uniquement un objet de communication, Samsung annonce que 10 exemplaires ont déjà été vendus chez nos voisins britanniques.

NÉ POUR ÊTRE INCOMPARABLE

La technologie Micro-led est la nouvelle génération de technologie d'affichage qui contrôlée de façon indépendante et précise affiche une qualité d'image sans précédent. Ce téléviseur unique s'inscrit dans la stratégie d'optimisation de la technologie Led de Samsung qui entre désormais dans une nouvelle ère avec le Micro-led auto-émissif (99 fois plus petit qu'un Led traditionnel, le Mini Led l'étant 40 fois. Il permet d'associer le meilleur des deux mondes d'un côté la finesse et la qualité des couleurs d'un Led auto émissif et de l'autre la luminosité du Led et sa fiabilité. Les Micro-led offrent une luminosité illimitée, un contraste infini, des couleurs extrêmement vives et des détails très subtils. Ces dalles sans marquage affichent un taux de contraste record généré par les Led auto émissives. Résultat, une image lumineuse, sans reflet avec un angle de vision



ultra large qui offre une qualité d'image inégalée. Avec son design épuré et raffiné, l'écran Infinity est extrêmement fin (24,9mm) et sans bord avec un ratio d'affichage de 99% pour une immersion totale.

A noter que ce premier modèle est commercialisé dans une résolution 4K, la 8K demandant encore une miniaturisation de la technologie. En outre, ces TV Micro-Led sont évolutifs puisque assemblés par brique de 15 cm sur 10 cm. Cette solution sur mesure déjà proposée par Samsung sur le marché B2B, (Concept The Wall) sera vraisemblablement décliné dans le grand public d'ici 2 à 3 ans. La technologie Micro-led pourrait rapidement voir décroître son prix de vente pour devenir plus accessible d'ici deux ans.

« Tout est possible avec cette technologie », explique Alexis Rolin, titre. « Le Micro-led est une innovation technologique sans limite, qui n'est absolument pas bridée industriellement. Il s'agit un véritable objet d'innovation qui va nous apporter beaucoup de belles choses dans les prochaines années. Et ce n'est que le début de l'aventure. » ■





LA POP CULTURE S'ENRICHIT DE NOUVELLES SOURCES D'ICONES



La vitalité et la diffusion de plus en plus grandes de la Pop Culture font que ses icônes sont désormais partout et font partie de nos référents culturels. **Nathalie Chouraqui-Gerson, créatrice de Kazachok (qui fête ses 20 ans)** analyse pour nous cette croissance et donne sa vision de l'avenir de la Pop Culture.

On a l'impression que la Pop Culture se développe de plus en plus vite. Est-ce aussi votre avis ?

Clairement. Quand nous avons créé Kazachok il y a 20 ans, la Pop Culture était loin d'être aussi développée que maintenant. Les super héros venaient par exemple juste de commencer leur conquête du monde en dehors des Etats-Unis. Et quand nous allions au New York Toy Fair, Marvel présentait ses plans de ce qui deviendra 10 ans après le MCU. Même chose avec le manga. Les icônes de la Pop Culture étaient en particulier moins présentes en Europe.

Dorénavant, elles sont partout et font partie de nos référents culturels. La Pop Culture s'enrichit de nouvelles sources d'icônes à même d'être déclinées : les super héros, le manga, le jeu vidéo, le jouet, les séries et même dorénavant les sportifs. En plus, certaines marques deviennent elles même des concepts de Pop Culture à part entière. Les Lego, Funko Pop ou Playmobil sont devenus des objets de collections, même pour les adultes, déclinés en long métrage, série TV, jeu vidéo... On se retrouve donc avec des licences « cultes », souvent pensées dès leur création pour être déclinées à 360 degrés, combinées à des supports disposant parfois de leurs propres fans. Ce qui augmente le « vivier » de personnages disponibles pour les produits dérivés. De plus, les amateurs de Pop Culture ont grandi avec leur icônes donc assument plus d'acheter des produits de la Pop Culture, même en tant qu'adulte. Il y a d'ailleurs toute une cible de fans capables de dépenser de grosses sommes sur leurs licences préférées. Il faut donc savoir leur proposer des produits dédiés et communiquer avec eux de manière adéquate.



Comment se crée une icône de la Pop Culture ?

La Pop Culture permet à chacun de disposer de ses personnages ou œuvres cultes qui le touche de manière forte. Afin de devenir « iconique », le concept se doit d'être apprécié par sa communauté de base, et seulement ensuite s'élargir à des « produits dérivés » respectant la charte et l'esprit de la franchise. Il faut bien comprendre la communauté des fans, souvent très prescripteurs. Une licence doit donc rester unique mais tout en étant gérée, calibrée et respectée, de manière très professionnelle et cohérente.

On ne peut pas faire tout et n'importe quoi avec n'importe quelle licence. Il s'avère assez facile d'« abîmer une licence » avec des produits inadaptés ou ratés qui peuvent faire réagir négativement la communauté, surtout à l'heure des réseaux sociaux triomphants. Par exemple, la communauté très active des fans de jeu vidéo se veut différente des autres, a des codes et des moyens de communications propres, attend des produits qui lui sont dédiés... Les contenus basés sur une licence doivent en conséquence être de qualité avec un vrai niveau plancher. Les jeux vidéo coutent donc désormais souvent des dizaines de millions d'euros en développement, les films des centaines de millions alors que les série TV ont des budgets de blockbuster. La médiocrité n'a plus sa place. Sinon, cela peut vite virer au fiasco. Il s'avère d'ailleurs intéressant de constater que les majors quand elles rachètent des studios leur laissent le plus souvent une vraie indépendance éditoriale. Le but des majors n'est plus de « digérer » les entreprises qu'elles rachètent mais d'en faire des sources de profits (et de licences) en les aidant à accélérer et optimiser le développement et la diffusion de leurs créations. Le rachat de Pixar par Disney en constitue l'exemple parfait.

Comment renouveler le « vivier » d'icônes de la Pop Culture ?

L'enjeu est de créer des nouvelles icônes de la Pop Culture capables de porter l'écosystème dans le futur et de renouveler les anciennes. Je constate en effet que la plupart des licences qui cartonnent actuellement sont anciennes : Mickey a 115 ans, Superman 90 ans, Spider-Man 60 ans, Barbapapa 55 ans, Star Wars 45 ans... Même le jeu vidéo est concerné : Mario a 40 ans, les Pokémon ont 25 ans... Si on trouve dans les grandes franchises récentes, quelques licences capables d'être fortes sur tous les secteurs, la plupart reste « cantonnée » à un ou deux secteurs où elles cartonnent comme Fortnite sur le jeu vidéo ou My Hero Academia sur le manga. L'enjeu pour ces marques sera de rester ultra pertinentes sur leur secteur de base, tout en sachant s'étendre. Pas facile, mais possible. L'exemple typique d'une « succès story » dans le domaine est Les Simpson. Il existe de vraies pépites et des groupes

très intéressants qui pourraient devenir des majors. Je pense par exemple à Mediawan et sa licence Miraculous. Les grands groupes asiatiques sont aussi à surveiller.

Quel est l'impact de la montée en puissance rapide des nouveaux secteurs de l'Entertainment sur la Pop Culture ?

Beaucoup de licences sont dorénavant pensées à 360 degrés dès le départ alors qu'auparavant une propriété intellectuelle se concentrait essentiellement sur un secteur. La plupart du temps, les séries d'animations et les livres aident à faire passer un nouveau palier à une franchise. Pour le futur, selon moi, le principal fournisseur de licences restera la littérature au sens large. En effet, pour qu'une licence soit pérenne elle doit s'appuyer sur un univers riche, des personnages phares... Le jeu vidéo, et plus largement le digital, restent pénalisés pour les produits dérivés par le fait qu'à de rares exceptions près, ils manquent de personnages phares. Et pour réussir dans les produits dérivés, il faut des héros... Ca aide beaucoup pour le « story telling ».

On a l'impression d'une uniformisation de la culture mondiale sous l'effet de la diffusion de la Pop Culture. Est-ce aussi votre avis ?

La vitalité et la viralité de la Pop Culture sont absolument folles. Dorénavant, en quelques jours, une série ou un jeu vidéo peut toucher des dizaines de millions de personnes dans le monde. La Pop Culture influe de plus en plus sur notre imaginaire et nos références culturelles mais aussi sociales et devient même un enjeu de « soft power » pour certains pays.

Néanmoins, si on parle beaucoup de mondialisation, la plupart des icônes reste cantonnée à une aire géographique : pays occidentaux, Chine... Les références politiques, sociales ou culturelles véhiculées par les icônes de la Pop Culture ne sont pas neutres et ne sont pas forcément bien reçues partout. Les licences réellement mondiales sont donc en définitive assez peu nombreuses. Même les personnages de manga ont, en dehors du Japon et hormis en France et à un moindre niveau aux Etats-Unis, du mal à devenir des icônes réellement mondiales. Même chose pour la K-Pop ou les telenovelas qui cartonnent respectivement en Asie et en Amérique Latine, mais en définitive assez peu dans le reste du monde. Je me souviens par exemple d'un voyage en Chine où Pororo était absolument partout alors qu'en France cela n'a pas vraiment pris. ■

COBRANDZ : RDV LES 1 & 2 JUILLET 2021 À LA GRANDE CRYPTÉ DE PARIS

Evènement BtoB dédié aux marques et aux partenariats, dont MultiMédia à la Une est partenaire, Cobrandz est un véritable lieu d'échanges business avec le meilleur des contenus issu du cinéma, du gaming, de la TV, de la musique, du sport... Pendant 2 jours, les visiteurs ont pu découvrir, initier et négocier des activations nouvelles avec les plus grands propriétaires de contenus. The Pokémon Company, TF1 Licences, Chefclub, l'OM, Smiley, Francetv distribution, Studiocanal, Toei Animation ou encore Sanrio, entre autres, ont été présentés. Un programme de Talks était également proposé sur des sujets passionnants dont « Le jeu vidéo entre dans un nouveau monde », animé par Vladimir Lelouvier de MultiMédia à la Une le 2 juillet de 11h20 à 11h40.



LA VALORISATION DES ŒUVRES EST ESSENTIELLE



Depuis de nombreuses années, l'enseigne E. Leclerc s'engage à faire vivre et valoriser l'offre culturelle, et notamment celle de la vidéo, dans les 650 hypermarchés et supermarchés et 225 Espace Culturels E. Leclerc que compte le groupe dans l'Hexagone. **Sébastien Simonetta, chargé de catégorie Vidéo au Galec, la centrale d'achat du mouvement E. Leclerc, revient pour nous sur la période délicate de la crise sanitaire et nous livre son analyse du marché.**

Comment s'est déroulé l'année 2020 pour l'enseigne E. Leclerc du côté des produits culturels ?

Comme toutes les enseignes, nous avons été fortement impactés par la crise sanitaire, même si les résultats ont été globalement assez disparates, avec de grosses variations selon les points de ventes et les catégories de produits. Tout le monde n'a en effet pas été logé à la même enseigne. Le livre avec les consommateurs bloqués chez eux s'est plutôt bien porté, tout comme le marché du jeu vidéo avec le lancement de la PS5 et la Switch qui a continué à bien se vendre. De son côté, la musique a su rebondir en fin d'année avec quelques belles sorties. En revanche le secteur de la vidéo a pâti de la fermeture

des salles de cinéma et du report de nombreux films qui ont directement impacté la mise en vente de nouveautés. Malgré cette période délicate, l'enseigne a continué de développer des points de ventes culturels. En ce qui concerne les Espaces Culturels, 9 ouvertures ont eu lieu en 2020 et nous allons poursuivre sur cette belle dynamique. C'est un bon signe pour mener la reprise. Et pour les 430 hypers qui ne disposent pas d'un Espace Culturel, une soixantaine ont aujourd'hui rapatrié l'offre culturelle au cœur même du magasin, dans du mobilier dans lequel l'offre est présentée comme celle des spécialistes. Cela nous permet de valoriser les produits dans un environnement plus favorable, et ainsi de tirer l'ensemble de l'offre mais aussi le chiffre d'affaires de ces points de vente, qui a progressé de 20% grâce à ça. Le mouvement E. Leclerc est dans une dynamique très positive et poursuit son engagement à faire vivre la culture dans ses magasins.

Quel bilan tirez-vous du marché de la vidéo ?

Avec la fermeture des magasins pendant quasiment 3 mois et l'absence de nouveautés, l'activité a tourné au ralenti en 2020. Dans ce contexte, il n'a pas été simple de tenir. C'est d'autant plus rageant qu'avant le premier confinement nous étions arrivés à un niveau de chiffre d'affaires stable

au global sur le marché. La crise sanitaire est venue tout bousculer, le marché terminant l'année à -27% en valeur et -28% en volume. Sur le 1^{er} trimestre 2021, nous avons malheureusement encore souffert de l'absence de nouveautés et n'avons pas été aidé par la fermeture des centres commerciaux. Heureusement depuis avril, nous commençons à ravoir quelques nouveautés avec la sortie de films comme Wonder Woman 1984, Soul, Munster Hunter, ou Mulan et Justice League début juin. Ça fait assurément du bien.

Dans ce contexte comment s'est comporté le catalogue ?

Le fond de catalogue s'est largement mieux maintenu et a permis de compenser une grande partie des pertes enregistrées sur la nouveauté. Il a en effet su profiter de l'absence des nouveautés pour tirer son épingle du jeu et confirmer sa place centrale sur le marché (70% du marché en temps normal, 77% en 2020). Nous avons ainsi vendu presque autant de fond de catalogue en 2020 qu'en 2019, alors que les magasins ont été fermés quasiment 3 mois dans l'année. Preuve que le marché physique a encore toute sa place et garde un attrait important auprès des cinéphiles, qui se sont vite rendu compte que très peu de films de patrimoines étaient disponibles sur les plateformes. Nous avons ainsi notamment rencontré de très belles réussites sur les coffrets de fin d'année comme nos 2 coffrets exclusifs Harry Potter avec Puzzle 3D, épuisés en quelques jours, les trilogies du Seigneur des Anneaux et du Hobbit en Blu-ray 4K ou encore l'intégrale Marvel la saga de l'Infini en Blu-ray 4K. On peut également citer le coffret 8 films François Truffaut, La Passion Cinéma chez Arte, les coffrets du centenaire d'Yves Robert et Michel Audiard, ou l'intégrale du Bureau des Légendes. Lorsque les éditeurs portent une attention toute particulière aux éditions avec un travail éditorial de qualité, cela fonctionne. C'est selon moi une des réponses essentielles à apporter pour soutenir le marché. Il faut mettre en valeur les œuvres. Le marché doit en effet se réinventer et se concentrer sur la qualité et l'accessibilité des œuvres.

En parlant de 4K, quels sont pour vous les freins au développement du Blu-ray 4K ?

A l'heure où l'ultra haute définition s'impose partout très naturellement, qu'il s'agisse des salles de cinémas, de la retransmission de matchs comme Roland-Garros ou de la diffusion de films à la TV, et quand on voit, assez paradoxalement, que sur l'achat à l'acte (EST) la SD n'est plus proposée, il est aberrant de voir que plus de 80% des volumes de vente sur le marché se fassent encore sur le DVD. On continue à se focaliser sur le format DVD, alors que le standard de qualité du Blu-ray 4K est incomparable. C'est un non-sens ! Nous devons convaincre les consommateurs de la nécessité de basculer en masse sur les formats haute définition, alors qu'ils s'équipent tous de TV 4K, et pour cela les éditeurs devraient adopter un positionnement partagé, lisible et clair pour le grand public. Aujourd'hui, si on veut démocratiser le Blu-ray 4K et faire la part belle au physique en maintenant la valeur, il faut que tout le monde s'engage sur le format, au risque de faire le jeu des plateformes. On doit absolument changer de stratégie et se mobiliser pour accompagner la montée en gamme. Je suis conscient que pour un éditeur il y a une certaine prise de risque mais la situation l'impose. A chaque format de diffusion ou d'édition sa spécificité, celle du physique est de faire en sorte de proposer la meilleure qualité d'édition possible. Nous sommes censés être le Graal de l'œuvre. Aujourd'hui, il y a une prise de conscience assez disparate chez les éditeurs, et malheureusement le marché est en train de devenir de plus en plus un marché d'opération, même si les blockbusters continuent à très bien se vendre. Il faut entrer dans une logique de valorisation des œuvres. Quand on voit un éditeur comme Le Chat qui Fume proposer des éditions combo Blu-ray 4K + Blu-ray sur des films érotiques comme Gwendoline et réussir à tout vendre, c'est que c'est possible.



Quelles seraient selon vous les pistes à suivre pour enfin démocratiser le Blu-ray 4K ?

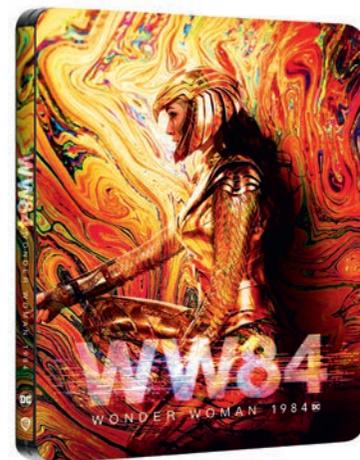
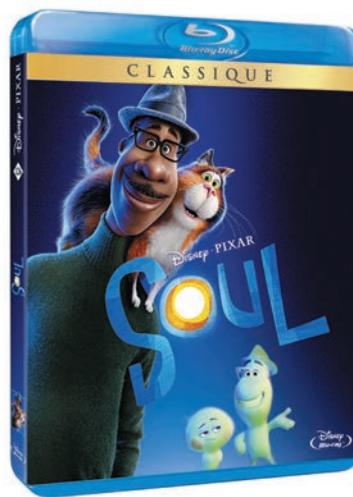
Il me paraît nécessaire aujourd'hui d'opérer une régulation en termes de formats. Il faudrait en effet donner la primeur à la 4K en privilégiant les sorties au format combo Blu-ray 4K + Blu-ray, en avant-première et si possible dans des éditions de type Steelbooks ou digibooks, avant la sortie des éditions DVD. Cela aurait le mérite de simplifier l'offre et garantirait une meilleure lisibilité pour le client, tout en valorisant l'œuvre. De la même manière, une action sur le prix apparaît indispensable. De fait, le consommateur ne connaît plus vraiment le prix d'un film en vidéo. Le DVD est trop peu cher, quand le Blu-ray 4K est hors de prix. Il faut rétablir de la visibilité. Nous allons en effet arriver à un moment où les clients ne seront plus prêts à mettre 20 euros dans une édition, sauf à leur offrir de l'ultra haute définition. Plus globalement, on se rend vite compte qu'il y a un besoin global d'information et de sensibilisation du public sur le format. C'est maintenant que nous devons agir et inciter les consommateurs à passer à la 4K ou au moins au Blu-ray, notamment pour tous ceux équipés de TV 4K.

De votre côté, que faites-vous concrètement au sein du réseau E. Leclerc pour mettre en avant le format ?

Depuis le début, nous avons adopté une démarche d'accompagnement des éditeurs qui jouent le jeu de la 4K. Il est en effet primordial de soutenir cette montée en gamme, pour assurer la pérennité du marché. Cela passe chez nous par deux points : la sensibilisation des clients à la haute définition et la mise en avant de la 4K en magasins mais également dans nos catalogues. Nous démarrons ainsi une campagne d'éducation du grand public sur l'Ultra HD 4K en collaboration avec l'UHD Partners France. Concrètement, nous allons déployer au cœur d'une cinquantaine d'Espaces Culturels des ILV, résumant l'ensemble des atouts de la haute définition que ce soit au niveau de l'image ou du son, mais également sur la manière d'en profiter et d'avoir la meilleure expérience possible. Un bon moyen de sensibiliser tous les clients passant dans les rayons. Et ce d'autant quand on sait que les magasins E. Leclerc voient passer un cinquième de la population française. Nous allons essayer d'entraîner l'ensemble des magasins du réseau dans cette démarche de sensibilisation. A côté de ça, nous avons pris le parti depuis quelques années maintenant, lorsqu'un titre sort sous plusieurs formats, de mettre en avant dans nos catalogues le format le plus qualitatif, y compris en hypermarché, quand bien même le DVD reste celui qui se vend le mieux. Nous souhaitons que cela change et nous faisons tout pour. Et surtout nous faisons vivre l'offre Blu-ray 4K au quotidien, dans l'ensemble de notre réseau de magasins, que ce soient les Espaces Culturels ou les concepts Experts, dont une grande partie présente à la fois l'offre technique (TV 4K, lecteurs Blu-ray 4K...) et l'offre de contenus dans un même espace. ■



MARCHÉ DE LA VIDÉO : LA SITUATION ÉVOLUE POSITIVEMENT



Après une année 2020 marquée par la crise sanitaire et la fermeture des magasins culturels qui a fortement impacté l'activité physique, le marché de la vidéo physique reprend peu à peu des couleurs. Nous avons interviewé Yves Elouf, président du Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique (SEVN) et Senior vice-président sales and operations de Warner Bros. Entertainment France, qui revient pour nous sur le début d'année écoulée et les enjeux du marché.

Quel bilan tirez-vous du début d'année sur le marché ?

En dépit de l'absence de nouveautés cinéma qui nous pénalise fortement, le marché de la vidéo physique, en continuant depuis le début de l'année à capitaliser sur le back catalogue et notamment les coffrets de fin d'année, affiche à fin mai un chiffre d'affaires en repli de seulement 9,5 % en valeur à 92,7 millions d'euros (-9,8% en volume). Et ce, après avoir clôturé l'année 2020 à -27,2% en valeur (-23,1% en volume). 6,6 millions d'unités (DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K) ont ainsi été vendus sur les 5 premiers mois de l'année avec de belles performances enregistrées ces derniers mois sur des titres comme Soul, Monster Hunter ou Wonder Woman 1984 mais également sur des coffrets comme l'intégrale Harry Potter 8 films ou la Trilogie Le Seigneur des Anneaux. Après des semaines difficiles, la situation évolue positivement avec le retour des nouveautés. L'activité est en effet en train de reprendre et va s'accélérer avec la réouverture des salles de cinéma. Les résultats sont plutôt rassurants et démontrent l'intérêt toujours présent des consommateurs pour la catégorie.

Dans ce contexte, comment s'est comporté le fonds de catalogue ?

A défaut de nouveautés, nous avons vu émerger un certain nombre de pépites du catalogue qui ont enregistré de très bons résultats. Ce qui a permis d'atténuer la baisse du marché. Le back catalogue joue de fait un rôle essentiel et unique sur le marché, et ce d'autant plus, durant cette période délicate. Nous sommes aujourd'hui la seule activité du cinéma à pouvoir présenter l'ensemble de l'offre avec plus de 75 000 références actives au catalogue. C'est l'ADN de notre segment et ce qui fait notre force. Il est néanmoins important d'avoir des films vrais et des locomotives importantes pour créer l'événement en magasins et pousser le catalogue. Nous avons en effet besoin d'actualité pour donner envie aux consommateurs.

Quand est-il du digital ?

La situation s'avère plus compliquée pour le marché digital (VoD transactionnelle et EST). Après avoir enregistré une hausse de 7,3% en 2020 vs 2019 (+2% pour la VoD à l'acte et +17,9% pour l'EST) à la faveur des divers confinements, le marché est en baisse de 28,6% en valeur depuis le début de l'année à 91,7 millions d'euros (-20% en volume). Un déclin identique, que ce soit pour la VoD à l'acte (-28,5% en valeur et -17,7% en volume) ou l'EST (-28,8% en valeur et -29,1% en volume), lié une nouvelle fois à l'absence d'actualité. De fait, le marché digital est essentiellement porté par la nouveauté film. Les films cinématographiques représentent en effet près de 90% du chiffre d'affaires du marché digital en paiement à l'acte. A contre-courant du marché, nous avons enregistré des résultats records sur l'EST chez Warner Bros. Entertainment (+65,6% en valeur), du fait d'avoir anticipé la sortie d'un certain nombre de films comme Zack Snyder's Justice

League, Godzilla vs Kong ou Wonder Woman 1984. Nous avons ainsi réalisé 187 000 ventes EST sur Zack Snyder's Justice League, plus de 91 000 sur Godzilla vs Kong et près de 66 000 sur Wonder Woman 1984. C'est tout bonnement énorme.

Y-a-t-il eu une évolution en ce qui concerne les circuits de distributions ?

L'ensemble de la distribution a été chamboulée avec la fermeture des centres commerciaux, beaucoup d'enseignes spécialisées ayant dû fermer. Ce qui a incontestablement profité à la GSA qui a joué le jeu mais surtout aux e-tailers. Mais je suis certain que tout va rentrer dans l'ordre une fois que toutes les nouveautés vont ressortir. Nous allons revenir à un équilibre où chaque réseau retrouvera son niveau. Les magasins sont toujours au rendez-vous et on ressent encore un réel intérêt de leur part. L'objectif maintenant est de tout faire pour maintenir l'activité. Il faut pour cela être force de renouvellement et continuer d'avancer, et travailler tous ensemble pour soutenir la catégorie. En ce sens, nous avons décidé, au sein du SEVN, de reconduire en fin d'année la vaste campagne de communication nationale mise en place avec succès l'an dernier sur les coffrets, avec un message fort. Nous sommes également en train de travailler sur une campagne de communication commune pour promouvoir le digital en début d'année prochaine. Il y a une véritable volonté des éditeurs qui investissent pour soutenir la reprise. Il faut tous se mobiliser et marcher dans le même sens sur cette fin d'année pour montrer la richesse de notre offre. C'est essentiel ! On ne peut pas attendre que la relance se fasse toute seule. L'appui des magasins sera également indispensable.

Après des mois de négociation, le projet de réforme de la chronologie des médias, qui régit, en France, l'ordre et les délais de diffusion des œuvres cinématographiques après leur sortie en salle, doit aboutir d'ici le 1^{er} juillet. Où en est-on ? Quelle est la position du SEVN sur le sujet ?

Le décret SMAD (services de médias audiovisuels à la demande), qui doit officiellement rentrer en vigueur le 1^{er} juillet, propose une refonte de la chronologie des médias qui permettra aux plateformes SVoD de se positionner à 12 mois, au lieu de 36 mois aujourd'hui, en échange d'un investissement de 20 à 25% de leur chiffre d'affaires dans la production hexagonale et européenne. Un nouveau calendrier qui inquiète toute la profession, car il vient chambouler l'ensemble des autres fenêtres d'exploitation. Les discussions sont ainsi actuellement au point mort, chacun tentant de défendre son pré carré. D'un côté, les exploitants de salles de cinéma, après une longue période de fermeture, campent sur leur

position et ne veulent rien céder, quand bien même on sait tous très bien que les films ne restent pas plus de 8 semaines en salles, et de l'autre les Pay TV comme Canal+ se montrent particulièrement agressives, demandant d'avancer leur fenêtre d'exploitation à 5 mois, voire 4 mois. L'édition vidéo se retrouve ainsi prise en étau entre les deux. Nous sommes de fait tous particulièrement inquiet au sein du syndicat. Si la vidéo n'est pas prise en considération comme il se doit, le risque est de fragiliser encore un peu plus l'ensemble de l'écosystème, et ce alors même que la piraterie continue d'impacter fortement le marché, en le réduisant et détruisant sa valeur. Il ne faut pas oublier que l'édition vidéo reverse plus de 50 millions d'euros tous les ans au gouvernement. C'est une ressource colossale amener à disparaître si on ne fait rien. Il est indispensable de s'assurer de la pérennité de la fenêtre d'exploitation exclusive de la vidéo après la salle, et de garantir qu'elle puisse l'exploiter de manière sereine. Nous faisons ainsi des pieds et des mains pour que la fenêtre de la vidéo s'ouvre à 3 mois. Sans ça le marché peu réellement chavirer.

“
Il faut être force de renouvellement et continuer d'avancer tous ensemble pour soutenir la catégorie
 ”

Comment envisagez-vous la fin d'année ?

Avec la réouverture des salles le 19 mai dernier et les bons résultats enregistrés, on va assister à un retour des blockbusters au cinéma cet été. Ce qui va permettre de tenir le marché et de limiter la casse. Ce que l'on souhaite aujourd'hui, c'est maintenir l'activité. Malgré cette période délicate, il n'y a pas de raison que la situation globale ne s'améliore pas et que le marché ne reparte pas. Les films sont là, ils sont produits. Il n'y a aucune fatalité, notre marché a encore une vraie réalité. ■



Evolution du marché digital à l'acte sur les 5 premiers mois de l'année 2021 (au cumul de la semaine 21) en France

	EST	Evol. vs 2021 (%)	VoD	Evol. vs 2021 (%)	Total marché	Evol. vs 2021 (%)
Valeur (M€)	34,3	-28,8%	57,4	-28,5%	91,7	-28,6%
Volume (Mu)	3,5	-29,1%	15,8	-17,7%	19,3	-20,0%

Evolution du marché de la vidéo physique sur les 5 premiers mois de l'année 2021 (au cumul de la semaine 21) en France

	5 premiers mois 2020	5 premiers mois 2021	Evolution (%)
Valeur (M€)	102,40	92,70	-9,5%
Volume (Mu)	7,40	6,60	-9,8%

Source : SEVN



ARCADÈS POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT AVEC AMBITION



Dans un marché en pleine mutation où les ventes ne cessent de se contracter, Arcadès, qui a la particularité notable d'être à la fois distributeur de DVD et de Blu-ray et logisticien à part entière grâce à son pôle logistique entièrement intégré de 15 000 m² à Châteauroux, poursuit son développement et continue d'innover. Entretien avec Patrick Belz, Président de la société castelroussine.

Fondée en 1996, Arcadès fête ses 25 ans d'existence cette année. Comment se porte l'entreprise ?

Nous célébrons en effet cette année nos 25 ans. 25 années, placées sous le signe de l'innovation et de la transformation, avec une volonté constante de défendre la diversité culturelle sous toutes ses formes, que ce soit le cinéma d'auteur, les grands classiques du cinéma français et international, l'animation ou encore les documentaires spécialisés. Si comme beaucoup d'autres, Arcadès a connu les vicissitudes d'un secteur de la vidéo en pleine mutation, nous avons su nous transformer et rebondir. En reprenant les rênes de l'entreprise en 2016, j'ai en effet opéré une restructuration complète de la société, tant au niveau commercial que de nos process, afin de consolider nos atouts et permettre un développement sain et solide de la société. Nous avons ainsi déployé une nouvelle stratégie commerciale omnicanal, en renforçant d'une part nos relations privilégiées avec l'ensemble des réseaux de distribution (GSS, GSA, VPC, institutionnels...) et d'autre part en élargissant notre réseau à plus de 2 000 points de ventes alternatifs indépendants : librairies, boutiques

de musées, offices de tourisme..., que nous adressons grâce à notre force de vente unique de 15 commerciaux, tout en renforçant notre pôle Marketplace sur lesquelles nous avons d'ailleurs enregistré des résultats exceptionnels lors du 1^{er} confinement (nous y avons réalisé plus de 50% de notre chiffre d'affaires habituel en avril 2020, alors que tous les magasins étaient fermés, avec plus de 1 000 commandes par jour). Nous avons ainsi une approche personnalisée, magasin par magasin, là où les autres éditeurs se concentrent uniquement sur les centrales d'achat. Cette stratégie, ainsi que l'intégration de nouveaux catalogues, nous a permis ces dernières années de gagner des parts de marché et de générer une forte croissance, à contre-courant du marché. En 2019, nous avons ainsi enregistré une progression de 20% de notre chiffre d'affaires, et en 2020, sans le coup de frein imposé par la crise sanitaire du Covid-19, nous étions sur un objectif de croissance de 13%. Nous avons finalement terminé l'année sur un chiffre d'affaires stable à 14 millions d'euros. Je suis extrêmement fier de diriger cette entreprise qui a 25 ans et reste toujours aussi dynamique grâce à une équipe engagée au quotidien pour défendre le marché de la vidéo physique.

“
Le marché a encore de très belles années devant lui, j'en suis intimement convaincu.
 ”

Quel bilan tirez-vous de ce début d'année 2021 ?

Le début d'année a été extrêmement positif, et ce malgré un contexte une nouvelle fois compliqué avec la fermeture pendant quasiment deux mois et demi des centres commerciaux qui représentent 40% de la DV (Division Valeur) sur le marché. Après une fin d'année 2020 consacrée à prendre de l'avance sur un certain nombre de sujets comme la rationalisation de nos stocks et la consolidation des actifs, avec le renouvellement de l'intégralité des contrats avec nos partenaires



ARCADÈS

ILS NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE

AD VITAM

KAZÉ

arte
EDITIONS



L'ATELIER
D'IMAGES



LA VINGT-CINQUIÈME HEURE

EPICENTRE
films

EUROZOOM

jour2fête
DISTRIBUTION

KMBO

Folimage

memento
films



UFO
DISTRIBUTION

RIMINI
EDITIONS

jhr
FILMS

PYRAMIDE VIDEO

CPB
FILMS

SIDONIS
CALYSTA

6
VIDEO

capricci

TAMASA

blag
out

ina

diaphana
EDITION VIDEO

REJOIGNEZ NOUS !



DÉCOUVREZ LES FILMS ARCADÈS AU FESTIVAL DE CANNES 2021



RETROUVEZ **LES PLUS BEAUX FILMS**
DE LA SÉLECTION OFFICIELLE **CANNES 2021**
BIENTÔT EN **DVD & BLU-RAY** CHEZ **ARCADÈS**



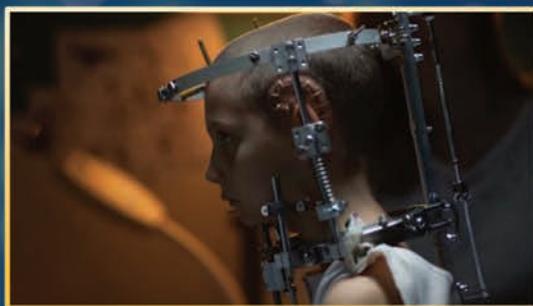
HAUT ET FORT de Nabil Ayouch



UN HÉROS
de Asghar Farhadi



NITRAM
de Justin Kurzel



TITANE de Julia Ducournau



DRIVE MY CAR
de Ryusuke HamaGuchi

LES PLUS BELLES PALMES D'OR EN DVD & BLU-RAY



Winter Sleep
Palme d'Or Cannes 2014



3 1545020 1038666



Uncle Boonmee
Palme d'Or Cannes 2010



3 1545020 1062692



Le Vent se lève
Palme d'Or Cannes 2006



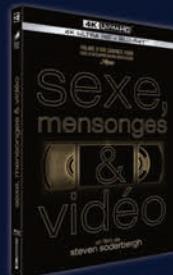
3 1545020 1063224



L'Enfant
Palme d'Or Cannes 2005



3 1770001 1471518



**Sexe, Mensonges
et Vidéo**
Palme d'Or Cannes 1989



3 1545020 1073667



Orfeu Negro
Palme d'Or Cannes 1959



3 1545020 1074152



**Quand passent
les cigognes**
Palme d'Or Cannes 1958



3 1545020 1069936

PYRAMIDE VIDEO

capricci
Producteur, distributeur
et éditeur de cinéma

diaphana
EDITION VIDEO

NOUR
FILMS

jour2fête
DISTRIBUTION
memento
films

AD VITAM



L'HISTOIRE DE MA FEMME
de Ildiko Enyedi



JULIE (en 12 chapitres)
de Joachim Trier



LE GENOU D'AHED de Nadav Lapid



LINGUI de Mahamat-Saleh Hourn



LES OLYMPIADES
de Jacques Audiard



TOUT S'EST BIEN PASSÉ
de François Ozon

ET LES GRANDS PRIX DU FESTIVAL, SONT AUSSI CHEZ ARCADÈS



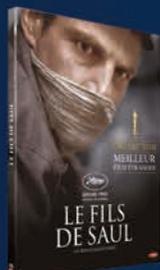
Atlantique
Grand Prix 2019



**120 battements
par minutes**
Grand Prix 2018



**Juste la fin du
monde**
Grand Prix 2016



Le Fils de Saul
Grand Prix 2015



Les Merveilles
Grand Prix 2014



Le Gamin à vélo
Grand Prix 2011



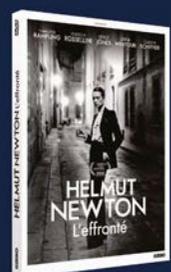
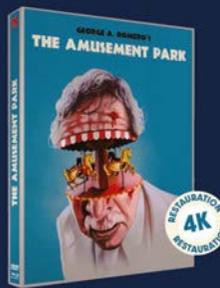
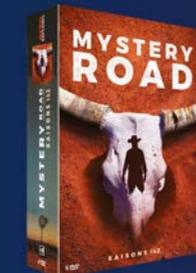
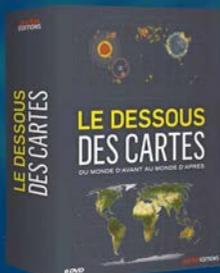
Il était une fois en Anatolie
Grand Prix 2011



DÈS LE 1^{ER} SEPTEMBRE 2021,
 RETROUVEZ TOUTES LES NOUVEAUTÉS ARCADÈS
 EN MAGASIN, EN LIBRAIRIE ET SUR

CINÉFEEL

LA PREMIÈRE PLATEFORME E-COMMERCE
 MADE IN FRANCE 100% DÉDIÉE AU CINÉMA



(ARTE Éditons, Kazé, Diaphana, Ad Vitam, Memento, Pyramide Vidéo, Potemkine, L'Ina ...), nous sommes repartis de l'avant. Grâce au travail de fond réalisé sur le back catalogue, notamment en opérationnel, et la sortie de quelques belles nouveautés comme Antoinette dans les Cévennes chez Diaphana (18 000 pièces vendues à date), mais également Effacer l'Historique de Benoît Delépine et Gustave Kervern chez Ad Vitam (10 000 pièces) ou encore la fiction événement En Thérapie chez ARTE (8 500 unités), nous avons ainsi réussi à repasser sur l'historique de 2020 qui avait été marqué par la très belle performance d'Au Nom de la Terre d'Édouard Bergeon chez Diaphana (70 000 pièces écoulées, dont 27% réalisées sur nos circuits alternatifs). Tant et si bien que nous allons clôturer le 1^{er} semestre sur une progression à deux chiffres de notre chiffre d'affaires à périmètre constant. C'est à dire sans prendre en compte l'intégration du catalogue de l'Atelier d'Images au 1^{er} avril. On est ainsi sur une croissance de 20% à fin juin, là où le marché devrait ressortir en baisse de 15% (-10% à fin mai) après un mois de juin 2020 exceptionnel porté par l'arrivée sur le marché de nombreux films à succès comme La Reine des Neiges 2, Star Wars : l'Ascension de Skywalker ou 1917 que l'on n'a pas retrouvé cette année. Nous affichons ainsi un résultat bien meilleur qu'escompté. Ce qui est toujours satisfaisant et conforte nos ambitions pour la fin d'année.

Comment anticipez-vous la fin d'année ?

Au vu des résultats du 1^{er} semestre et du line up exceptionnel qui nous attend, nous tablons sur une croissance de 17% à fin 2021. Notre programmation cinéma s'annonce en effet particulièrement dense. Nous distribuons de fait la plupart des films sortis à la réouverture des salles le 19 mai dernier, dont notamment Mandibules de Quentin Dupieux (chez Memento) mais aussi Slalom de Charlène Favier (Jour2fête) ou Sous les Etoiles de Paris de Claus Drexel (Diaphana), pour lesquels un rattrapage va se faire en vidéo. Nous aurons également la chance de distribuer la grande majorité des films en compétition au Festival de Cannes, et ce, quelques soient les catégories, avec notamment 11 films dans la sélection officielle comme Tout s'est Bien Passé de François Ozon (Diaphana), Un Héros de Asghar Farhadi (Memento), Drive My Car de Ryusuke Hamaguchi (Diaphana), L'Histoire de ma Femme d'Ildiko Enyedi (Pyramide), Le Genou d'Ahed de Nadav Lapid (Pyramide), Haut et Fort de Nabil Ayouch (Ad Vitam),

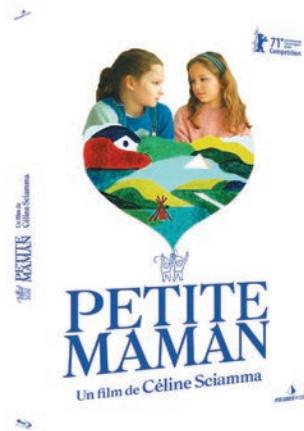
Les Olympiades de Jacques Audiard (Memento), Lingui de Mahamat-Saleh Houran (Ad Vitam) ou Julie (en 12 Chapitres) de Joachim Tier (Memento), et 4 dans la sélection Un Certain Regard : Mes Frères et Moi (Ad Vitam), La Civil de Téodora Ana Mihai (Urban), Et Il y a eu un Matin d'Eran Kolirin (Pyramide) et Freda de Gessica Génus (Nour). Autant de films remarquables qui vont nous permettre d'avoir une fin d'année fantastique. Nous allons ainsi accompagner ce renouveau du cinéma et faire taire les détracteurs qui prédisent la fin des supports physiques au profit du dématérialisé. Le marché a encore de très belles années devant lui, j'en suis intimement convaincu. Il existe toujours un public de passionnés et de cinéphiles amateurs de DVD et Blu-ray, à la recherche d'éditions de qualité.

Quelle est votre stratégie de développement ?

Nous allons continuer de défendre au quotidien les catalogues des éditeurs qui nous font confiance, en poursuivant notre travail de distribution en profondeur sur les réseaux alternatifs, sur lesquels nous réalisons aujourd'hui plus de 30% de notre chiffre d'affaires. Une part qui ne fait qu'augmenter. Dans cette stratégie de défense du marché de la vidéo physique et afin de contrecarrer la baisse du marché, nous avons par ailleurs développé avec David Giuge, qui nous a rejoint pour prendre en charge la communication et les développements stratégiques de l'entreprise, une offre de service à la carte : Arcadès+, basée sur nos savoir-faire et expertises et qui se déploie à la fois sur l'activité commerciale de distribution mais également sur de la

“
Nous avons développé une offre de service à la carte : Arcadès+ qui se déploie à la fois sur l'activité commerciale de distribution mais également sur de la logistique pure
 ”

logistique pure. Arcadès possède de fait un positionnement unique sur le marché, puisque nous avons la particularité d'être à la fois distributeur et logisticien à part entière. Ce qu'aucun autre distributeur ne propose. Cette force, nous souhaitons la mettre à la disposition des éditeurs et distributeurs du marché, en offrant un service sur mesure. A travers Arcadès+, nous proposons ainsi notamment aux distributeurs d'optimiser leurs performances dans la gestion des comptes qu'ils ont du mal à adresser en direct comme Cultura ou les Espaces Culturels Leclerc pour lesquels la centralisation ne suffit pas et ainsi d'aller plus en profondeur en multipliant les contacts en magasins grâce à notre force commerciale interne. Nous leur proposons en outre de développer leur référencement auprès des réseaux alternatifs que nous adressons en exclusivité mais également auprès





des marketplaces. De la même manière, nous mettons à leur disposition un service logistique BtoB et BtoC complet et sur mesure, de la réception au stockage, en passant par le picking et la gestion complète des retours et leur reconditionnement. Basé dans la région centre à Châteauroux, nous occupons une position géographique stratégique unique qui nous permet de livrer partout en France, Suisse et Belgique en moins de 24 heures et ainsi de réduire les coups de transport et l'impact écologique de plateformes logistiques souvent basées à l'étranger. Enfin, nous proposons également au sein de cette offre, un service de prestation d'édition pour les éditeurs et labels indépendants qui souhaiteraient sous-traiter cette activité afin de se concentrer sur la promotion et le marketing de leurs éditions. Nous nous sommes associés à un partenaire spécialisé, pour offrir un service complet d'édition à la demande, allant de la conception des jaquettes à la fabrication, en passant par l'authoring et le pressage. L'idée n'est pas de se positionner en tant qu'éditeur mais comme prestataire, et de répondre à un besoin de nos clients.

En parallèle, vous préparez le lancement de votre propre plateforme d'e-commerce. Pouvez-vous nous en parler ?

Le marché online a explosé en 2020 sous l'impulsion de la crise sanitaire et des différents confinements. Dans cette dynamique et afin de compléter notre positionnement sur les marketplaces, nous travaillons depuis plus d'un an maintenant au développement d'une plateforme e-commerce « made in France », baptisée Cinéfeel, dédiée au cinéma sous toutes ses formes et entièrement éditorialisée. L'idée est encore une fois de nous appuyer sur le savoir-faire d'Arcadès sur le BtoB et de le décliner en BtoC auprès des clients particuliers. Notre volonté est de défendre le cinéma de la meilleure façon possible, en proposant aux consommateurs de découvrir les œuvres à travers un parcours thématique et non d'algorithmes, comme sur la majorité des autres plateformes e-commerce et SVoD. Cinéfeel émane de plusieurs constats : la plupart des plateformes e-commerce sont aujourd'hui très peu, voire pas du tout éditorialisées, et donnent la priorité aux nouveautés et à l'opérationnel, au détriment du cinéma indépendant et du fonds de catalogue. Nous souhaitons de notre côté proposer une approche totalement différente, en apportant de l'humanisation et en poussant le catalogue avec comme fer de lance l'éditorialisation, bien qu'on retrouvera évidemment toutes les nouveautés vidéo sur le site. Pour développer la plateforme, nous nous sommes alliés à un prestataire spécialisé dans les solutions de gestion dématérialisée des produits culturels. Cinéfeel s'associera également à des partenaires médias référents, comme la revue cinéma bimestriel La 7^e Obsession,

qui accompagnera le lancement du site et proposera tous les 2 mois sa sélection de films. D'autres médias et titres de presse comme Télérama ou Senscritique.com pourront proposer leurs propres sélections. Les éditeurs que nous distribuons seront aussi sollicités. La plateforme Cinéfeel sera lancée officiellement au mois de septembre 2021. Nous souhaitons mettre à profit tout notre savoir-faire acquis depuis 25 ans et continuons à fédérer pour défendre le marché de la vidéo physique.

Afin d'accompagner ce développement, prévoyez-vous de renforcer vos équipes ?

L'équipe d'Arcadès n'a de cesse de se consolider. Notre objectif est d'être le plus structuré possible en renforçant nos compétences pour accélérer notre développement. Plus de 10 embauches ont ainsi eu lieu en 2019-2020 avec notamment l'arrivée d'une nouvelle collaboratrice Marie Alaguide à la direction pour me suppléer sur la partie administrative, financière et la logistique. Et nous continuons de recruter. Outre David Giuge, qui a pris ses fonctions en début d'année, Renaud Chanet, ex Key Account Manager d'Universal Pictures Vidéo France, nous a rejoint le 1^{er} juin au poste de responsable du pôle marketing & comptes stratégiques en remplacement d'Alexandra Dessort qui prend désormais la tête du pôle culturel. Il vient ainsi renforcer notre bureau parisien, aux côtés de Nathalie Arnaud, responsable des relations éditeurs et du développement, et nous faire profiter de toute son expertise acquise au sein de la major. ■



Marie Alaguide



David Giuge



Renaud Chanet



Nathalie Arnaud

RAYA ET LE DERNIER DRAGON

SORTIE :
27/08/2021

Genre : Animation / Aventure / **Editeur :** Walt Disney / **Distributeur :** The Walt Disney Company France / **Supports :** DVD / Blu-ray

IL ÉTAIT UNE FOIS LE ROYAUME DE KUMANDRA



maléfique s'abattit sur le royaume, provoquant la disparition des dragons. Lorsque cinq siècles plus tard, cette même force réapparaît, Raya, une jeune guerrière, se met en quête du dernier dragon légendaire pour tenter de restaurer la paix avec l'aide de son ami Tuk Tuk, sorte de tatou géant. **Raya et le Dernier Dragon mélange ainsi quête épique, scènes d'action, humour et émotions, le tout enrobé d'un univers fantastique visuellement très réussi.**

UN OBJECTIF DE MISE EN PLACE DE 100 000 PIÈCES EN DAY ONE

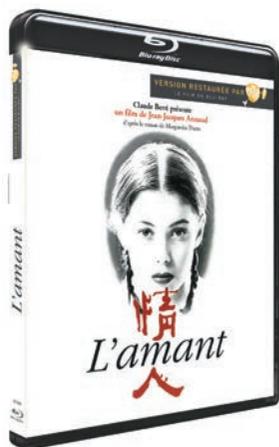
The Walt Disney Company France qui se chargera de sa commercialisation en vidéo physique le 27 août prochain (le 26 en EST) affiche de fortes ambitions pour le titre. « *Raya et le Dernier Dragon sera disponible en éditions DVD et Blu-ray, auxquelles s'ajoutera une édition Blu-ray Steelbook collector spéciale Fnac, annonce David Lamoine, directeur Home Entertainment France & Benelux de The Walt Disney Company. Côté mise en place, nous avons des ambitions encore plus importantes que pour Soul, pour lequel nous avons déjà écoulé 40 000 pièces depuis sa sortie le 9 avril et programmons de vendre 100 000 unités sur la première année. Nous allons capitaliser sur le fait que la franchise Disney Princesses bénéficie d'une cible encore plus large (La Reine des Neiges 2 sorti à la fin du 1^{er} confinement s'est ainsi vendu à près de 400 000 exemplaires en 52 semaines) mais également sur une période favorable avec une fréquentation des magasins très forte sur la rentrée des classes.*

Nous envisageons ainsi une implantation de 100 000 pièces en Day One, dont environ 75% de DVD et 25% de Blu-ray, avant un retraitage sur la fin octobre pour les besoins de la fin d'année. Pour soutenir ce lancement, The Walt Disney Company France mettra, comme à l'accoutumée, l'accent en direction des retailers. « *Nous nous appuyerons sur une campagne élargie, avec une forte présence dans l'ensemble des catalogues de rentrée des enseignes mais également le déploiement d'une gamme complète de PLV dont des box événementiels aux couleurs du film, dans le même esprit que Soul, confirme Lydie Vincent, responsable marketing et shopper marketing de l'éditeur. Une visibilité supplémentaire sera par ailleurs apportée au titre via une campagne média en cours de construction.* » « *A noter enfin que la sortie de Raya et le Dernier Dragon le 27 août s'accompagnera d'une remise en avant de l'ensemble des produits dérivés (livres, jouets, peluches, figurines...), dévoilés lors de la sortie du film sur Disney+.* Ce qui est très positif et démontre l'intérêt des magasins pour Raya », assure David Lamoine. ■



Après Mulan, Raiponce, Rebelle, Vaïana ou encore La Reine des Neiges, les studios Disney mettent en scène une nouvelle princesse au caractère bien trempé dans leur dernier long-métrage animé : Raya et Le Dernier Dragon. Un film d'aventure épique et fantastique qui s'annonce en DVD et Blu-ray le 27 août prochain chez The Walt Disney Company France.

Promis à une sortie en salles en début d'année, Raya et le Dernier Dragon, nouveau long-métrage d'animation événement des studios Disney, a finalement été proposé aux abonnés de la plateforme de streaming Disney+ le 4 juin dernier, à l'instar de Soul de Pete Docter et de Mulan de Niki Caro avant lui. Une décision qui, comme pour ces prédécesseurs, fait suite à de multiples reports liés à la crise sanitaire et l'incertitude régnant quant à la réouverture des salles. Réalisé par Don Hall (Les Nouveaux Héros) et Carlos Lopez Estrada (Blindspotting), et co-réalisé par Paul Briggs et John Ripa, le film s'inscrit dans la pure tradition des dernières productions de la franchise Disney Princesses, mettant en vedette une jeune héroïne intrépide dont la bravoure est mise à rude épreuve. Inspirée de la mythologie et des traditions de l'Asie du Sud-Est, l'histoire se déroule au royaume imaginaire de Kumandra, où humains et dragons vivaient en harmonie jusqu'au jour où une force



L'AMANT

SORTIE :
04/08/2021

Genre : Drame / **Editeur :** Pathé Films / **Distributeur :** ESCD / **Entrées salles :** 3,156 millions / **Support :** Blu-ray / **Prix :** 14,99 euros

ENTRE GRANDS CLASSIQUES ET NOUVEAUTÉS CHEZ PATHÉ

Un beau programme attend Pathé sur la fin d'année. Après la sortie le 16 juin de *La Femme et le Pantin* (1959) de Julien Duvivier et de *La Femme et le Pantin* (1929) de Jacques de Baroncelli en éditions combo Blu-ray + DVD limitées, l'éditeur prépare la réédition d'autres classiques de son catalogue en Blu-ray. Sont ainsi programmés **le 4 août L'Amant de Jean-Jacques Annaud, Tess de Roman Polanski et Le Toubib de Pierre Granier-Deferre.** « *Trois films déjà sortis en combo Blu-ray + DVD que nous avons décidé de ressortir en version restaurée dans des éditions Blu-ray single comme on a pu le faire un peu plus tôt dans l'année sur La Dolce Vita de Federico Fellini et Germinal de Claude Berri, annonce Margot Abattu, directrice Vidéo/VoD de Pathé Films. Pour chacun de ces titres, nous partons sur une duplication initiale de 1 000 pièces. Sur le patrimoine, nous aurons encore entre 3 et 5 autres sorties d'ici la fin de l'année. La collection des Restaurations Pathé s'enrichira ainsi notamment de 2 films de Gilles Grangier : Le Sang de la Tête (1956) et Echec au Porteur (1858), que nous devrions vraisemblablement sortir en combo Blu-ray + DVD en octobre à l'occasion du Festival Lumière* ». Pathé prévoit également d'éditer *L'Étrange Monsieur Victor* (1938) de Jean Grémillon, déjà sorti en combo Blu-ray + DVD en début d'année, en Blu-ray single. « *Côté nouveautés cinémas, nous reviendrons le 22 septembre avec Envole-Moi de Christophe Barratier qui a réalisé un beau démarrage à la réouverture des salles le 19 mai (263 000 entrées en 4 semaines), suivi le 20 octobre d'Un Tour chez ma Fille d'Eric Lavaine (sorti en salles le 16 juin), suite de Retour chez ma Mère sorti en 2016 (près de 2,2 millions d'entrées au cinéma), avec Josiane Balasko, Mathilde Seigner et Jérôme Commandeur, fait savoir Margot Abattu. Enfin en novembre, nous éditerons Benedetta, nouveau film choc de Paul Verhoeven avec Virginie Efira et Charlotte Rampling, qui sera présenté en compétition officielle au Festival de Cannes (le 9 juillet au cinéma). Eiffel de Martin Bourboulon avec Romain Duris et Emma Mackey, qui fera l'ouverture du Festival du Film Francophone d'Angoulême (le 25 août en salles), devrait quant à lui probablement sortir début janvier 2022.* »



EL PERDIDO

SORTIE :
27/07/2021

Genre : Western / **Editeur :** Sidonis Calysta / **Distributeur :** Seven 7 / **Support :** DVD / **Prix :** 9,99 euros

WESTERNS DE LÉGENDE À PETITS PRIX

Sidonis Calysta arrivera le 22 juillet prochain (chez Seven 7) avec une offre de 10 titres de référence de sa collection emblématique *Western de Légende*, présentés dans de nouvelles éditions DVD avec fourreau et de nouveaux master HD à 9,99 euros. 10 films de réalisateurs légendaires comme Gordon Douglas, Robert Aldrich, Henry King, Fritz Lang, Douglas Sirk, ou encore Charles Vidor, portés des acteurs mythiques tels que Lee Van Cleef, Rock Hudson, Kirk Douglas, Gregory Peck, Randolph Scott ou Glenn Ford. On retrouvera ainsi *Braquero* (1970) de Gordon Douglas avec Lee Van Cleef et Warren Oates, *Comanche Station* (1960) de Budd Boetticher avec Randolph Scott et Nancy Gates, *El Perdido* (1961) de Robert Aldrich avec Rock Hudson, Kirk Douglas et Dorothy Malone, *La Cible Humaine* (1950) de Henry King avec Gregory Peck et Millard Mitchell, *La Vallée Maudite* (1947) de George Waggner avec Randolph Scott et Barbara Britton, *Les Desperados* (1943) de Charles Vidor avec Randolph Scott, Glenn Ford et Claire Trevor, *Les Pionniers de la Western Union* (1941) de Fritz Lang avec Randolph Scott et Robert Young, *Taza, Fils de Cochise* (1954) de Douglas Sirk avec Rock Hudson, Barbara Rush et Greg Palmer, *Ton Heure a Sonné* (1948) de Ray Enright avec Randolph Scott, Marguerite Chapman et George MacReady, et *Willie Boy* (1969) de Abraham Polonsky avec Robert Redford, Katharine Ross et Robert Blake. A noter que chaque film sera accompagné de présentations de Patrick Brion et Bertrand Tavernier. **Pour ce qui est du mois d'août, Sidonis Calysta sortira notamment le 19 (toujours chez Seven 7) deux films fantastiques de 1980 : Les Monstres de la Mer de Barbara Peeters et Terreur Extraterrestre de Greydon Clark** en éditions digibook collector Blu-ray + DVD + livret de 24 pages (24,99 euros) et DVD (14,99 euros), **mais également deux westerns portés par Charles Bronson : Le Solitaire du Fort Humbolt (1975) de Tom Gries et Le Bison Blanc (1977) de J. Lee Thompson** en combo Blu-ray + DVD (19,99 euros) et DVD (16,99 euros) dans sa collection Silver.



LA BRIGADE DU SUICIDE

SORTIE :
24/08/2021

Genre : Film noir / **Editeur :** Rimini Editions / **Distributeur :** Arcadés / **Supports :** Combo Blu-ray + DVD / **Prix :** 24,99 euros

PROGRAMME CHARGÉ POUR RIMINI EDITIONS

Rimini Editions attaque l'été du bon pied. L'éditeur débutera ainsi la période estivale avec la sortie le 7 juillet en édition digipack **Blu-ray + DVD de 20 000 Lieues Sous les Mers, film muet de 1916 de Stuart Paton**. « Il s'agit du premier film de l'histoire à proposer des prises de vue sous-marine, fait savoir Jean-Pierre Vasseur, gérant de Rimini Editions. Présenté dans une version entièrement restaurée en 4K, le film sera accompagné en bonus d'une interview de l'historien du cinéma Laurent Aknin ainsi que d'un documentaire du journaliste et réalisateur, Alexandre Jousse, sur les adaptations de Jules Verne au cinéma et à la TV. On retrouvera également sur le Blu-ray, une version teintée d'origine ». Rimini enchainera le 22 juillet avec la sortie en DVD et Blu-ray du film de guerre **Mission 633 (1964) de Walter Grauman avec Cliff Robertson et Georges Chakiris**, dont la séquence finale aurait fortement inspirée George Lucas pour celle de l'attaque de l'étoile noire dans La Guerre des Etoiles. « Pour ce qui est du mois d'août, je prépare la sortie (le 24) en combo Blu-ray + DVD du film noir documentaire de 1947, **La Brigade du Suicide d'Anthony Mann**, dont la photographie est signée par John Alton, annonce Jean-Pierre Vasseur. Tiré d'une histoire vraie, le film raconte l'enquête menée par deux agents du département du Trésor Américain, ayant infiltrés un gang de faux-monnayeurs. Le film sera accompagné en bonus d'un livret de 24 pages sur Anthony Man et le film noir ainsi que d'une interview de Jacques Demange, critique à la revue Positif ». Sur la rentrée, l'éditeur reviendra le 21 septembre avec **Queimada (1969), film de Gillo Pontecorvo avec Marlon Brando** qui sous couvert de film d'aventure traite de la révolte des esclaves. Le long-métrage sera présenté, dans ses deux versions (courte et longue), dans des éditions double DVD et double Blu-ray, accompagnées d'un livret de 24 pages. « Suivra le 22 septembre **Les Tigres Volants (1942) de David Miller, premier film de guerre interprété par John Wayne** qui sera proposé en DVD et Blu-ray, et **Le Survivant d'un Monde Parallèle, film fantastique de 1981 de David Hemming** disponible en combo Blu-ray + DVD + livret dans la collection fantastique / horreur de Rimini (14^e titre) », indique Jean-Pierre vasseur.



HIS DARK MATERIALS : A LA CROISÉE DES MONDES

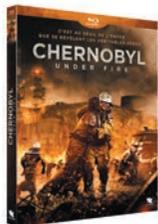
SORTIE :
07/07/2021

Genre : Série TV / **Editeur :** HBO / **Distributeur :** Warner Bros. Entertainment France / **Support :** DVD / Blu-ray
Prix : 24,99 euros (DVD), 29,99 euros (Blu-ray), 39,99 euros (coffret DVD saisons 1 & 2) et 49,99 euros (coffret Blu-ray saison 1 & 2)

WARNER À LA CROISÉE DES MONDES

Warner Bros. Entertainment annonce la sortie le 7 juillet prochain en vidéo physique de la 2^e saison de la série fantastique originale de HBO, His Dark Materials. Produite Bad Wolf en association avec New Line Cinema pour BBC One et HBO, et diffusée en France sur OCS, la série est adaptée de la trilogie fantastique à succès A la Croisée des Mondes de l'auteur britannique Philip Pullman (plus de 22 millions de livre vendus dans le monde). Au casting, on retrouve Dafne Keen (Logan), Ruth Wilson (The Affair), Amir Wilson (Le Jardin Secret), Ariyon Bakare (Life : Origine Inconnue), Andrew Scott (Sherlock, Fleabag), Will Keen (The Crown) ou encore Terence Stamp (Superman). Pour l'occasion, **cette 2^e saison se déclinera en éditions DVD (24,99 euros) et Blu-ray (29,99 euros), auxquelles s'ajouteront des coffrets DVD (39,99 euros) et Blu-ray (49,99 euros) saison 1 & 2**. A noter que, toujours côté série TV mais cette fois-ci animée, Warner Bros. Entertainment prépare la sortie le 25 août de Rick et Morty saisons 1 à 4 en coffrets DVD (49,99 euros) et Blu-ray (69,99 euros) ainsi qu'en édition collector Blu-ray, agrémentée d'une lithographie exclusive et de la boîte de jeu Escape Box – Rick and Morty : Panique dans le Minivers (99,99 euros).

PLUS DE NOUVEAUTÉS



Chernobyl : Under Fire

Date de sortie : 7/07/2021

Genre : Action / Drame

Editeur : Condor Entertainment

Distributeur : Warner Bros. Entertainment

Supports : DVD / Blu-ray

Prix : 16,99 euros (DVD) et 19,99 euros Blu-ray



Clem – saison 11

Date de sortie : 7/07/2021

Genre : Série TV

Editeur : TF1 Studio

Distributeur : Universal Pictures Vidéo

Support : DVD

Prix : 19,99 euros



Boruto Naruto Next Generation Vol. 8

Date de sortie : 18/08/2021

Genre : Animation

Editeur : Kana Home Vidéo

Distributeur : ESCD

Supports : DVD / Blu-ray

Prix : 29,99 euros (DVD) et 39,99 euros (Blu-ray)



Yellowstone – saison 1

Date de sortie : 4/08/2021

Genre : Série TV

Editeur : Paramount Home Entertainment

Distributeur : ESCD

Support : DVD

Prix : 29,99 euros

UNE 16^e ENQUÊTE EXCLUSIVE DE LA VIDÉO DANS UN CONTEXTE TOUJOURS PLUS DIFFICILE

Cette 16^e édition de l'enquête exclusive de la vidéo réalisée par Multimédia à la Une, se déroule dans le contexte très particulier du Covid-19. Réalisée en mai/juin à la sortie du confinement, les notes d'appréciation générale sur les prestations commerciales, éditoriales et opérationnelles des différents éditeurs – distributeurs de cette dernière s'inscrivent donc dans cette période délicate.



RAPPEL DE LA MÉTHODOLOGIE :

L'objectif de cette enquête est d'attribuer aux principaux éditeurs-distributeurs de la vidéo une note d'appréciation générale sur leurs prestations commerciales, éditoriales et opérationnelles, (cf. méthodologie). **Les notes qui portent sur la période mai 2020 – mai 2021 ont été recueillies sur la période de fin mai / début juin. Cela a un impact fort sur les notes recueillies.** Cette année, deux acteurs ont quitté le panel. Fox Pathé Europa et Match Point ont disparu de notre panel d'éditeurs-distributeurs. Autre mouvement chez les éditeurs, l'activité de distribution de Gaumont Vidéo, Pathé Films, Europacorp HE, Citel Vidéo et Koba Films a été reprise au 31 mai 2020 par ESC Distribution (cf. interview MM268) ainsi que celle de Paramount Home Entertainment au 1^{er} janvier 2021. **MultiMédia à la Une tient tout particulièrement à remercier l'ensemble des acheteurs de la vidéo, sans qui cette enquête ne pourrait se faire depuis toutes ces années.**

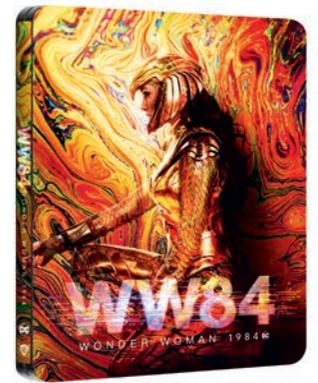
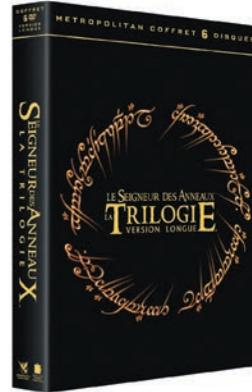
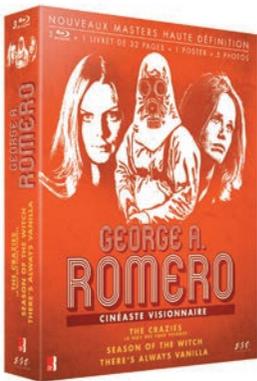
UNE DEUXIÈME ANNÉE DANS LA TOURMENTE DU COVID-19

Cette 16^e édition de l'enquête de la vidéo s'inscrit dans un contexte de marché toujours plus difficile. La fermeture des salles des cinémas

pour la deuxième année de la crise du Covid-19 ont continué de malmener les marchés de la vidéo et du cinéma. Les magasins ont encore dû fermer leur porte durant les périodes de confinement. En parallèle, les transformations des usages ont à nouveau connu une accélération avec la montée en puissance des services de SVoD. Les chiffres du marché de la vidéo le confirment malheureusement (-9,5% en valeur sur la période janvier - fin mai 2021). L'absence de nouveautés en raison de la fermeture des salles de cinéma a entamé la dynamique du marché et tout particulièrement dans la GSA où la vidéo continue de perdre du terrain. L'année a en revanche vu une fenêtre s'ouvrir pour l'exploitation du fonds de catalogue avec de beaux succès pour certains acteurs.

ESC DISTRIBUTION FRANCHI UN CAP

Les notes de cette 16^e enquête sont globalement en hausse, preuve que malgré ce contexte difficile, il existe de bonnes relations entre la distribution et les éditeurs-distributeurs. **Dans ce contexte délicat, c'est ESC Distribution qui tire son épingle du jeu. Le distributeur français a depuis fortement étoffé son catalogue avec l'arrivée des titres des nouveaux distribués, et la création d'une structure de distribution spécifique.** Résultats, ESC Distribution, très apprécié



par les centrales de la distribution par sa très grande réactivité, se classe premier sur le critère le plus fort (coefficient 6), Réactivité en cas de problème, avec un excellent 18,2. Il est également numéro un sur le critère Rentabilité et conditions commerciales (coef. 4), ce qui lui permet de passer devant les mastodontes du secteur qui eux obtiennent des notes largement inférieures sur ce critère : 12,6 pour The Walt Disney Company et 12,3 pour Warner Bros Entertainment.

THE WALT DISNEY COMPANY TOUJOURS BIEN PLACÉ

The Walt Disney Company et Warner Bros Entertainment, deux acteurs traditionnellement abonnés aux meilleurs classements se hissent sur le podium aux deuxième et troisième place avec respectivement des notes globales de 16,1 et 16,0. Ils confirment leurs bonnes performances sur la partie éditoriale et opérationnelle où Warner Bros Entertainment se classe premier avec une note de 16,3, et obtient les meilleures notes sur les critères Qualité des nouveautés et Opérations commerciales et promotions (15,8 et 17,7). De son côté, The Walt Disney Company se classe deuxième sur la partie éditoriale avec une note de 15,8 en étant premier sur le critère Gestion du fond de catalogue (16,3). Sur la partie commerciale, Disney se classe également premier sur le critère Régularités des contacts (16,8) et Gestion des retours (17,4). Autre acteur à se distinguer, Seven 7 enregistre une belle progression

cette année (+15%) en obtenant 15,9 en note moyenne générale. Il se distingue sur le critère Rentabilité et conditions commerciales (coef. 4) avec un excellent 16,6. Arcadès, seul acteur de notre panel à ne pas être éditeur, enregistre une belle progression de 11% sur sa note globale avec 14,8, preuve de la reconnaissance de son savoir-faire sur la partie commerciale où le distributeur obtient une bon 15,5, au global, et la 3^e meilleure note en GSA avec 15,3.

Le retour des nouveautés et la perspective prometteuse des coffrets de Noël, une période stratégique, va aider à relancer la dynamique du marché sur la fin d'année. Les bonnes relations entre éditeurs-distributeurs et les enseignes pourraient permettre d'obtenir de bons résultats. ■

Meilleures moyennes par typologie d'enseigne

COMMERCIALES		
Enseigne	Notes	Editeur
GSA/Grande Distribution	17,0	ESC Distribution
GSS + e-commerce	17,8	ESC Distribution
EDITORIALES & OPÉRATIONNELLES		
Enseigne	Notes	Editeur
GSA/Grande Distribution	16,6	Warner Bros Entertainment
GSS + e-commerce	16,1	Warner Bros Entertainment

Meilleures notes par critères

Commerciales	Notes	Editeur
Régularité des contacts et/ou visites en magasins	16,8	The Walt Disney Company
Suivi des commandes et livraisons	18,5	Warner Bros Entertainment
Réactivité en cas de problème	18,2	ESC Distribution
Gestion des retours	17,4	The Walt Disney Company
Information client, Publicité et PLV	18,5	Warner Bros Entertainment
Rentabilité / conditions commerciales	18,2	ESC Distribution
Editoriales & opérationnelles	Notes	Editeur
Qualité des nouveautés	15,8	Warner Bros Entertainment
Gestion du fond de catalogue	16,3	The Walt Disney Company
Opérations commerciales / promotions	17,7	Warner Bros Entertainment

3 Meilleures Notes

GÉNÉRAL	
ESC Distribution	16,5
The Walt Disney Company	16,1
Warner Bros Entertainment	16,0
COMMERCIAL	
ESC Distribution	17,5
Seven 7	16,8
The Walt Disney Company	16,5
EDITION	
Warner Bros Entertainment	16,3
The Walt Disney Company	15,8
ESC Distribution	15,4

UN HOMME EN COLÈRE

"LES RETROUVAILLES EXPLOSIVES
ENTRE JASON STATHAM
ET GUY RITCHIE"

BFM



INTERDIT AUX MOINS DE 12 ANS

EN DVD, BLU-RAY ET COMBO 4K
EN OCTOBRE 2021

SPIRALE L'HÉRITAGE DE SAW

"UNE TENSION PERMANENTE DANS
LA LIGNÉE DE SEVEN"
L'ÉCRAN FANTASTIQUE



INTERDIT AUX MOINS DE 16 ANS

EN DVD, BLU-RAY ET COMBO 4K
EN NOVEMBRE 2021

FALLING

"LA PÉPITE DE CETTE RENTRÉE" ELLE



FESTIVAL DE CANNES
SÉLECTION OFFICIELLE
2020

SÉLECTION
GRAND PRIX
DU FESTIVAL DE CANNES

SSIFF
FESTIVAL DE CANNES
SÉLECTION OFFICIELLE
2020



EN DVD, BLU-RAY ET COFFRET
EN SEPTEMBRE 2021

BILLIE HOLIDAY UNE AFFAIRE D'ÉTAT

PAR LE RÉALISATEUR DU MAJORDOME ET DE PRECIOUS



EN DVD, BLU-RAY ET COFFRET COLLECTOR
EN OCTOBRE 2021

100% CINÉMA 100% VIDÉO

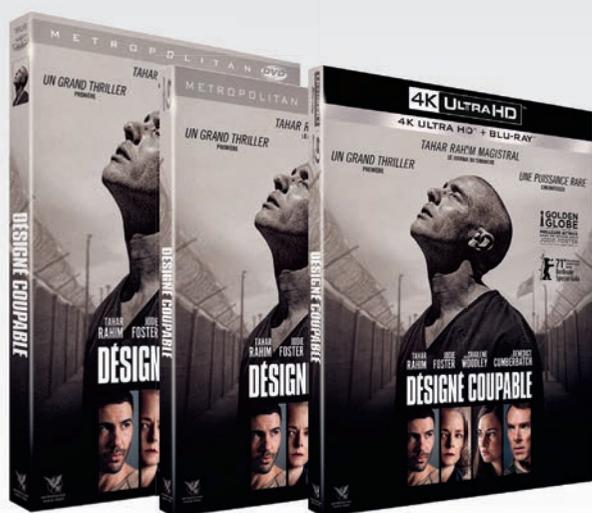
DÉSIGNÉ COUPABLE

"TAHAR RAHIM MAGISTRAL" LE JOURNAL DU DIMANCHE

GOLDEN GLOBE

MEILLEURE ACTRICE
DANS UN SECOND RÔLE
JODIE FOSTER

71^e Internationale
Filmfestspiele
Berlin
Berlinale Special Gala



EN DVD, BLU-RAY ET COMBO 4K
EN NOVEMBRE 2021

ICE ROAD

LIAM NEESON DANS UNE COURSE
CONTRE LA MONTRE
INFERNALE !

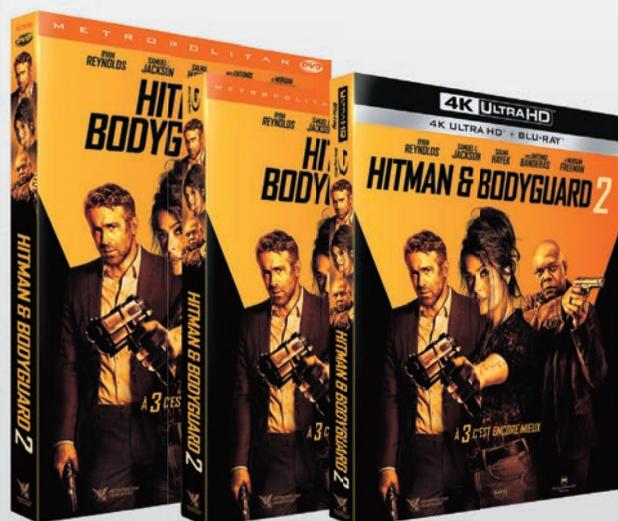


EN DVD ET BLU-RAY
EN DÉCEMBRE 2021

HITMAN & BODYGUARD 2

"LE FILM D'ACTION DE L'ÉTÉ"

RMC



EN DVD, BLU-RAY, 4K ET BIPACKS
EN NOVEMBRE 2021

INFORMATIONS ET VISUELS NON CONTRACTUELS

SEVEN
7

Résultats 2021 classement général

Notes prestations commerciales et éditoriales (cumulées)	Note moyenne sur 20 pondérée par enseigne		2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	GSA	GSS (+e-commerce)	Moyenne générale pondérée par coefficient enseignes		
Arcadès	14,9	14,8	14,8	13,3	11%
ESC Distribution	16,7	16,4	16,5	14,6	13%
Seven 7	14,3	16,5	15,9	13,8	15%
Sony Music	13,3	11,0	11,7	-	-
Sony Pictures HE	14,9	14,4	14,6	13,6	7%
Universal Pictures Vidéo (UPV)	15,3	15,5	15,5	15,1	3%
Warner Bros Entertainment	16,1	15,9	16,0	15,7	2%
The Walt Disney Company	15,6	16,4	16,1	16,2	-1%
Moyenne générale	15,1	15,1	15,1	14,2	6%

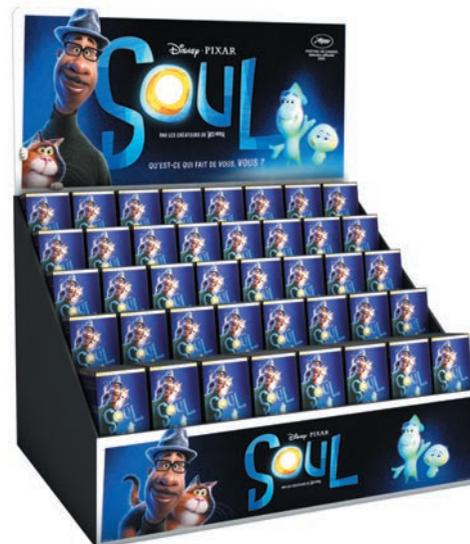
Notes prestations commerciales	Note moyenne sur 20 pondérée par enseigne		2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	GSA	GSS (+e-commerce)	Moyenne générale pondérée par coefficient enseignes		
Arcadès	15,3	15,5	15,5	14,5	7%
ESC Distribution	17,0	17,8	17,5	15,5	13%
Seven 7	15,1	17,5	16,8	14,1	19%
Sony Music	11,6	14,0	13,3	-	-
Sony Pictures HE	15,1	15,1	15,1	14,2	6%
Universal Pictures Vidéo (UPV)	15,0	15,9	15,6	15,1	3%
Warner Bros Entertainment	15,6	15,7	15,7	15,0	4%
The Walt Disney Company	15,0	17,1	16,5	15,7	5%
Moyenne générale	15,0	16,1	15,7	14,6	8%

Notes éditoriales & opérationnelles	Note moyenne sur 20 pondérée par enseigne		2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	GSA	GSS (+e-commerce)	Moyenne générale pondérée par coefficient enseignes		
Arcadès	14,4	14,0	14,1	12,1	17%
ESC Distribution	16,3	15,0	15,4	13,6	13%
Seven 7	13,5	15,5	14,9	13,5	11%
Sony Music	15,0	8,0	10,1	8,2	22%
Sony Pictures HE	14,8	13,8	14,1	13,0	9%
Universal Pictures Vidéo (UPV)	15,7	15,1	15,3	15,0	2%
Warner Bros Entertainment	16,6	16,1	16,3	16,4	-2%
The Walt Disney Company	16,1	15,6	15,8	16,6	-5%
Moyenne générale	15,3	14,2	14,5	13,6	7%

Résultats 2021 par typologie d'enseigne

GSA / Grande distribution					
Editeurs/Distributeurs	Commercial	Edition	2021	Rappel 2020	21/20
Arcadès	15,3	14,4	14,9	11,5	29%
ESC Distribution	17,0	16,3	16,7	11,5	45%
Seven 7	15,1	13,5	14,3	14,4	=
Sony Music	11,6	15,0	13,3	-	-
Sony Pictures HE	15,1	14,8	14,9	13,9	8%
Universal Pictures Video (UPV)	15,0	15,7	15,3	15,6	-2%
Warner Bros Entertainment	15,6	16,6	16,1	15,4	5%
The Walt Disney Company	15,0	16,1	15,6	16,3	-5%
Moyenne générale	15,0	15,3	15,1	14,3	6%

© Multimédia à la Une 2021



GSS (Multi-spécialistes) + e-commerce					
Editeurs/Distributeurs	Commercial	Edition	2021	Rappel 2020	21/20
Arcadès	15,5	14,0	14,8	14,3	3%
ESC Distribution	17,8	15,0	16,4	16,3	1%
Seven 7	17,5	15,5	16,5	13,5	23%
Sony Music	14,0	8,0	11,0	9,3	18%
Sony Pictures HE	15,1	13,8	14,4	13,4	7%
Universal Pictures Video (UPV)	15,9	15,1	15,5	14,7	5%
Warner Bros Entertainment	15,7	16,1	15,9	15,9	=
The Walt Disney Company	17,1	15,6	16,4	16,1	2%
Moyenne générale	16,1	14,2	15,1	14,1	7%

© 2021 - MultiMédia à la Une



ABONNEMENT MultiMédia

20, rue Pierre Lescot / 75001 Paris

Je m'abonne à MultiMédia à la Une, 1 an, 11 numéros
France : 77€ - Europe : 87€ - Hors Europe : 97€

Ci-joint mon règlement par chèque bancaire
ou chèque postal (Les mandats ne sont pas acceptés) à l'ordre de BSC PUBLICATIONS.

Nom : Prénom :
Société :
Adresse :
Code postal : Ville : Pays :
N° tel : N° d'identification TVA CEE :

Conformément à la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification aux informations vous concernant.

MULTIMÉDIA À LA UNE

est édité par BSC Publications.
SARL au capital de 71 300 euros.
20, rue Pierre Lescot / 75001 Paris - RC Paris B.331.814.442.
Commission paritaire N°76.696. ISSN 1267-7663
© BSC Publications 2021. Dépôt légal à la parution.

STANDARD

01 71 20 30 97

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Eric Choukroun

REDACTION

Jeu vidéo - Hors jeu - Repères : Vladimir Lelouvier - 06 46 91 83 37

vlelouvier@multimediaaune.com

Vidéo - Cinéma - Musique : Erik Fontet - 06 46 91 81 88

efontet@multimediaaune.com

Distribution - EGP - Hardware : Yoan Langlais

06 46 91 81 80 - ylanglais@multimediaaune.com

NUMÉRO MM1 280

MAQUETTE

Réalisation : David Garino

PUBLICITE

Directeur de la publicité : Eric Choukroun - 06 09 14 83 75
echoukroun@multimediaaune.com

IMPRESSIION : CCI

Crédits photos et illustrations : les services de presse des diverses sociétés d'édition, de distribution et de fabricants citées. NDLR : Les marques sont citées dans un but rédactionnel et uniquement lorsque l'information le requiert de façon impérative. © Tous droits de reproduction même partielle par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays.

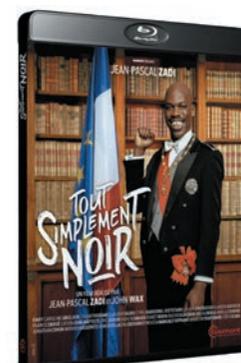
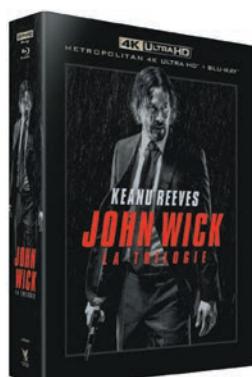
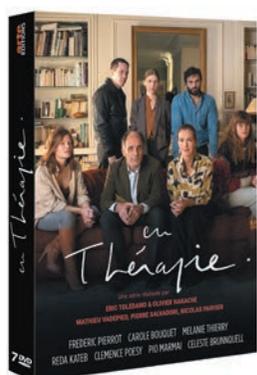
Récapitulatif par critère

Notes prestations commerciales	NOTE MOYENNE SUR 20						2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (Coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (Coef. 3)	Réactivité en cas de problème (Coef. 6)	Gestion des retours (Coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (Coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (Coef. 4)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	14,7	15,1	16,1	14,2	14,2	17,3	15,5	14,5	7%
ESC Distribution	16,2	18,0	18,2	17,1	16,5	18,2	17,5	15,5	13%
Seven 7	16,6	16,9	17,1	16,6	16,6	16,6	16,8	14,1	19%
Sony Music	13,9	16,1	14,2	10,7	14,6	12,1	13,3	-	-
Sony Pictures HE	16,3	17,5	14,9	14,8	15,5	12,8	15,1	14,2	6%
Universal Pictures Video (UPV)	15,7	17,9	15,7	16,9	16,2	12,0	15,6	15,1	3%
Warner Bros Entertainment	16,0	18,5	17,7	13,5	18,5	12,3	15,7	15,0	4%
The Walt Disney Company	16,8	17,9	17,4	17,4	17,1	12,6	16,5	15,7	5%
Moyenne générale	15,8	17,2	16,4	15,2	16,1	14,2	15,7	14,6	8%

(-) Non Significatif

Notes éditoriales & opérationnelles	NOTE MOYENNE SUR 20			2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Qualité des nouveautés (Coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (Coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (Coef.3)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	14,3	13,7	14,1	14,1	12,1	17%
ESC Distribution	15,1	14,1	16,8	15,4	13,6	13%
Seven 7	14,0	14,2	17,0	14,9	13,5	11%
Sony Music	10,4	9,8	9,8	10,1	-	-
Sony Pictures HE	13,7	13,2	15,4	14,1	13,0	9%
Universal Pictures Video (UPV)	14,6	15,1	16,6	15,3	15,0	2%
Warner Bros Entertainment	15,8	15,2	17,7	16,3	16,4	-1%
The Walt Disney Company	15,7	16,3	15,4	15,8	16,6	-5%
Moyenne générale	14,2	14,0	15,4	14,5	13,7	6%

© 2021 - MultiMédia à la Une



Résultats 2021 moyenne par critère

Note prestations commerciales	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)		Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)		Réactivité en cas de problème (coef. 6)		Gestion des retours (coef. 5)		Information client, Publicité et PLV (coef. 1)		Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
	GSA / Grande distribution	15,1	14,9	16,5	14,5	14,7	14,5	14,7	16,0	15,8	15,8	14,3
GSS + e-commerce	16,1	14,2	17,5	15,6	17,1	15,3	15,3	13,8	16,3	13,6	14,2	13,2
Moyenne générale*	15,8	14,4	17,2	15,2	16,4	15,0	15,2	14,6	16,1	14,4	14,2	13,9
Variation	9,2%		13,1%		9,2%		4,0%		12,4%		2,2%	

* moyenne établie sur la somme GSA+GSS pondérée par coefficient enseigne

Note prestations éditoriales & opérationnelles	Qualité des nouveautés (Coef. 5)		Gestion du fond de catalogue (Coef. 2)		Opérations commerciales / promotions (Coef.3)	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
	GSA / Grande distribution	15,7	12,6	14,8	13,5	15,0
GSS + e-commerce	13,6	13,3	13,6	14,7	15,5	14,7
Moyenne générale*	14,2	13,1	14,0	14,3	15,4	14,3
Variation	8,6%		-2,1%		7,6%	

* moyenne établie sur la somme GSA+GSS pondérée par coefficient enseigne



METHODOLOGIE 2021

Le panel

MultiMédia à la Une a dépouillé en mai les questionnaires renvoyés par **12 centrales de la vidéo (GSA, GSS, e-commerce), sur un total de 12 questionnaires envoyés, soit un taux de réponse de 100%**. Les répondants sont tous des acheteurs vidéo et des responsables de centrales. Pour des raisons de confidentialité, nous nous sommes engagés à ne pas communiquer leurs noms ou celui de leur enseigne. Ces acteurs sont les acteurs majeurs de la vente de vidéo. Pour rappel, **ce sondage n'a pour objectif que d'évaluer le degré de satisfaction des acheteurs dans le cadre de leurs relations commerciales qu'ils entretiennent avec les éditeurs-distributeurs**. Tous ces résultats doivent donc être replacés dans un contexte plus général où interviennent, entre autres, le poids de chaque catalogue, leur spécificité, la taille des effectifs des forces de vente et les politiques commerciales (cf. Indispensable de la vidéo 2021). Il appartient donc à chacun de juger du degré de pertinence de ces résultats au regard de la stratégie retenue par chacun des acteurs du marché de la vidéo.

Les neuf critères

Les répondants ont noté six critères considérés objectifs et pertinents sur les prestations commerciales et trois critères complémentaires portant sur la politique éditoriale et opérationnelle. **Seuls les éditeurs-distributeurs sont notés, l'éditeur Studiocanal est ainsi évalué à travers son distributeur Universal Pictures Vidéo (UPV). Les votants définissent leur indice de satisfaction pour chaque critère en**

attribuant une note de 1 à 5 (1 correspondant à très insatisfaisant, 5 à très satisfaisant). Pour la 8^e édition, à l'image de l'institut GfK, nous avons réuni pour la première fois les catégories multi-spécialistes et e-commerce. Rappelons que les notes sont obtenues en réalisant une moyenne sur l'ensemble des réponses obtenues par catégorie (GSA et GSS + e-commerce) et calculées pour chaque éditeur/distributeur sur le nombre de réponses obtenues au sondage.

Le choix des pondérations

Chacun des neuf critères retenus n'a pas forcément le même degré d'importance pour les enseignes et les grossistes. Le schéma de pondération des réponses sur les neuf critères a été le suivant : Le critère « régularité des contacts » n'a qu'un coefficient 3 car les enseignes l'ont jugé moins important que le critère « gestion des retours » (coef.5) par exemple. **Pour la note globale, la pondération se fait en fonction du poids économique de chaque canal de distribution (GSA, GSS+e-commerce). Enfin, la note cumulée du classement général correspond à la moyenne entre la note obtenue sur la partie commerciale et la note sur la politique éditoriale et opérationnelle.**

Le choix des acteurs

Par ailleurs, nous avons retenu une liste d'une petite dizaine d'éditeurs-distributeurs pour cette enquête. A noter enfin cette année, la disparition de Fox Pathé Europe et de Match Point de notre panel d'acteurs de la vidéo.

Résultats 2021 par critère commercial

Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	14,7	14,7	14,7
ESC Distribution	15,0	16,7	16,2
Seven 7	15,0	17,3	16,6
Sony Music	16,0	13,0	13,9
Sony Pictures HE	17,0	16,0	16,3
Universal Pictures Video (UPV)	12,0	17,3	15,7
Warner Bros Entertainment	16,0	16,0	16,0
The Walt Disney Company	15,0	17,6	16,8
Moyenne générale	15,1	16,1	15,8

Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	16,0	14,7	15,1
ESC Distribution	18,0	18,0	18,0
Seven 7	16,0	17,3	16,9
Sony Music	14,0	17,0	16,1
Sony Pictures HE	18,0	17,3	17,5
Universal Pictures Video (UPV)	16,0	18,7	17,9
Warner Bros Entertainment	18,0	18,7	18,5
The Walt Disney Company	16,0	18,7	17,9
Moyenne générale	16,5	17,5	17,2

Réactivité en cas de problème (coef. 6)	NOTE MOYENNE SUR 20		2020
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	14,7	16,7	16,1
ESC Distribution	17,0	18,7	18,2
Seven 7	15,0	18,0	17,1
Sony Music	10,0	16,0	14,2
Sony Pictures HE	14,0	15,3	14,9
Universal Pictures Video (UPV)	15,0	16,0	15,7
Warner Bros Entertainment	17,0	18,0	17,7
The Walt Disney Company	15,0	18,4	17,4
Moyenne générale	14,7	17,1	16,4

Résultats 2021

par critère commercial

Gestion des retours (coef. 5)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	14,7	14,0	14,2
ESC Distribution	18,0	16,7	17,1
Seven 7	15,0	17,3	16,6
Sony Music	10,0	11,0	10,7
Sony Pictures HE	15,0	14,7	14,8
Universal Pictures Video (UPV)	16,0	17,3	16,9
Warner Bros Entertainment	14,0	13,3	13,5
The Walt Disney Company	15,0	18,4	17,4
Moyenne générale	14,7	15,3	15,2

Information clients, Publicité et PLV (coef. 1)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	14,7	14,0	14,2
ESC Distribution	16,0	16,7	16,5
Seven 7	15,0	17,3	16,6
Sony Music	16,0	14,0	14,6
Sony Pictures HE	16,0	15,3	15,5
Universal Pictures Video (UPV)	15,0	16,7	16,2
Warner Bros Entertainment	18,0	18,7	18,5
The Walt Disney Company	16,0	17,6	17,1
Moyenne générale	15,8	16,3	16,1

Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	17,3	17,3	17,3
ESC Distribution	17,0	18,7	18,2
Seven 7	15,0	17,3	16,6
Sony Music	10,0	13,0	12,1
Sony Pictures HE	13,0	12,7	12,8
Universal Pictures Video (UPV)	15,0	10,7	12,0
Warner Bros Entertainment	13,0	12,0	12,3
The Walt Disney Company	14,0	12,0	12,6
Moyenne générale	14,3	14,2	14,2

Résultats 2021 par critère éditorial & opérationnel

Qualité des nouveautés (coef. 5)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	13,3	14,7	14,3
ESC Distribution	16,0	14,7	15,1
Seven 7	14,0	14,0	14,0
Sony Music	16,0	8,0	10,4
Sony Pictures HE	16,0	12,7	13,7
Universal Pictures Video (UPV)	16,0	14,0	14,6
Warner Bros Entertainment	17,0	15,3	15,8
The Walt Disney Company	17,0	15,2	15,7
Moyenne générale	15,7	13,6	14,2

Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	14,7	13,3	13,7
ESC Distribution	16,0	13,3	14,1
Seven 7	13,0	14,7	14,2
Sony Music	14,0	8,0	9,8
Sony Pictures HE	13,0	13,3	13,2
Universal Pictures Video (UPV)	16,0	14,7	15,1
Warner Bros Entertainment	15,0	15,3	15,2
The Walt Disney Company	17,0	16,0	16,3
Moyenne générale	14,8	13,6	14,0

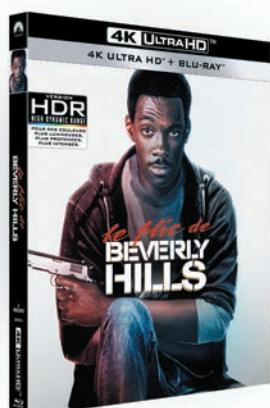
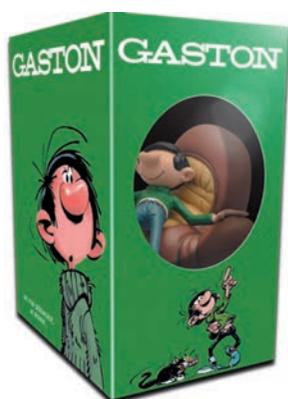
Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	NOTE MOYENNE SUR 20		2021
	GSA / Grande Distribution	GSS + E-commerce	Moyenne générale pondérée par coefficient enseigne
Arcadès	16,0	13,3	14,1
ESC Distribution	17,0	16,7	16,8
Seven 7	13,0	18,7	17,0
Sony Music	14,0	8,0	9,8
Sony Pictures HE	14,0	16,0	15,4
Universal Pictures Video (UPV)	15,0	17,3	16,6
Warner Bros Entertainment	17,0	18,0	17,7
The Walt Disney Company	14,0	16,0	15,4
Moyenne générale	15,0	15,5	15,4

GSA / Grande Distribution

Note prestations commerciales	NOTE MOYENNE SUR 20						2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	14,7	16,0	14,7	14,7	14,7	17,3	15,3	13,1	17%
ESC Distribution	15,0	18,0	17,0	18,0	16,0	17,0	17,0	14,2	20%
Seven 7	15,0	16,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,1	15,2	-1%
Sony Music	16,0	14,0	10,0	10,0	16,0	10,0	11,6	-	-
Sony Pictures HE	17,0	18,0	14,0	15,0	16,0	13,0	15,1	14,4	5%
Universal Pictures Video (UPV)	12,0	16,0	15,0	16,0	15,0	15,0	15,0	16,1	-7%
Warner Bros Entertainment	16,0	18,0	17,0	14,0	18,0	13,0	15,6	14,7	6%
The Walt Disney Company	15,0	16,0	15,0	15,0	16,0	14,0	15,0	16,2	-8%
Moyenne générale	15,1	16,5	14,7	14,7	15,8	14,3	15,0	15,1	-1%

Note éditoriales & opérationnelles	NOTE MOYENNE SUR 20			2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogues (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	13,3	14,7	16,0	14,4	10,0	44%
ESC Distribution	16,0	16,0	17,0	16,3	8,8	85%
Seven 7	14,0	13,0	13,0	13,5	13,5	=
Sony Music	16,0	14,0	14,0	15,0	9,4	60%
Sony Pictures HE	16,0	13,0	14,0	14,8	13,4	10%
Universal Pictures Video (UPV)	16,0	16,0	15,0	15,7	15,1	4%
Warner Bros Entertainment	17,0	15,0	17,0	16,6	16,0	4%
The Walt Disney Company	17,0	17,0	14,0	16,1	16,4	-2%
Moyenne générale	15,7	14,8	15,0	15,3	13,1	17%

© Multimédia à la Une 2021



GSS (multi-spécialistes) + e-commerce

Note prestations commerciales	NOTE MOYENNE SUR 20						2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	14,7	14,7	16,7	14,0	14,0	17,3	15,5	15,3	1%
ESC Distribution	16,7	18,0	18,7	16,7	16,7	18,7	17,8	16,3	9%
Seven 7	17,3	17,3	18,0	17,3	17,3	17,3	17,5	13,5	30%
Sony Music	13,0	17,0	16,0	11,0	14,0	13,0	14,0	11,0	27%
Sony Pictures HE	16,0	17,3	15,3	14,7	15,3	12,7	15,1	14,1	6%
Universal Pictures Video (UPV)	17,3	18,7	16,0	17,3	16,7	10,7	15,9	14,6	9%
Warner Bros Entertainment	16,0	18,7	18,0	13,3	18,7	12,0	15,7	15,2	3%
The Walt Disney Company	17,6	18,7	18,4	18,4	17,6	12,0	17,1	15,5	11%
Moyenne générale	16,1	17,5	17,1	15,3	16,3	14,2	16,1	14,4	11%

Note éditoriales & opérationnelles	NOTE MOYENNE SUR 20			2021	Rappel 2020	Variation 21/20
	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogues (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne générale pondérée par coefficient critères		
Arcadès	14,7	13,3	13,3	14,0	13,3	5%
ESC Distribution	14,7	13,3	16,7	15,0	16,3	-8%
Seven 7	14,0	14,7	18,7	15,5	13,4	16%
Sony Music	8,0	8,0	8,0	8,0	7,6	5%
Sony Pictures HE	12,7	13,3	16,0	13,8	12,7	8%
Universal Pictures Video (UPV)	14,0	14,7	17,3	15,1	14,9	2%
Warner Bros Entertainment	15,3	15,3	18,0	16,1	16,6	-3%
The Walt Disney Company	15,2	16,0	16,0	15,6	16,7	-7%
Moyenne générale	13,6	13,6	15,5	14,2	13,9	2%

© Multimédia à la Une 2021



Résultats 2021

par éditeur

 ARCADÈS	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	14,7	16,0	14,7	14,7	14,7	17,3	13,3	14,7	16,0	15,0
GSS + e-commerce	14,7	14,7	16,7	14,0	14,0	17,3	14,7	13,3	13,3	15,0

 ESC DISTRIBUTION	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	15,0	18,0	17,0	18,0	16,0	17,0	16,0	16,0	17,0	16,8
GSS + e-commerce	16,7	18,0	18,7	16,7	16,7	18,7	14,7	13,3	16,7	16,9

 7	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	15,0	16,0	15,0	15,0	15,0	15,0	14,0	13,0	13,0	14,6
GSS + e-commerce	17,3	17,3	18,0	17,3	17,3	17,3	14,0	14,7	18,7	16,9

 SONY MUSIC	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	16,0	14,0	10,0	10,0	16,0	10,0	16,0	14,0	14,0	12,7
GSS + e-commerce	13,0	17,0	16,0	11,0	14,0	13,0	8,0	8,0	8,0	12,1

Résultats 2021 par éditeur



	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	17,0	18,0	14,0	15,0	16,0	13,0	16,0	13,0	14,0	15,0
GSS + e-commerce	16,0	17,3	15,3	14,7	15,3	12,7	12,7	13,3	16,0	14,7



	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	12,0	16,0	15,0	16,0	15,0	15,0	16,0	16,0	15,0	15,2
GSS + e-commerce	17,3	18,7	16,0	17,3	16,7	10,7	14,0	14,7	17,3	15,7



	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	16,0	18,0	17,0	14,0	18,0	13,0	17,0	15,0	17,0	15,9
GSS + e-commerce	16,0	18,7	18,0	13,3	18,7	12,0	15,3	15,3	18,0	15,8



	Régularité des contacts et/ou visites en magasins (coef. 3)	Suivi des commandes et livraisons (coef. 3)	Réactivité en cas de problème (coef. 6)	Gestion des retours (coef. 5)	Information client, Publicité et PLV (coef. 1)	Rentabilité / conditions commerciales (coef. 4)	Qualité des nouveautés (coef. 5)	Gestion du fond de catalogue (coef. 2)	Opérations commerciales / promotions (coef. 3)	Moyenne Générale*
GSA / Grande distribution	15,0	16,0	15,0	15,0	16,0	14,0	17,0	17,0	14,0	15,3
GSS + e-commerce	17,6	18,7	18,4	18,4	17,6	12,0	15,2	16,0	16,0	16,7

* Moyenne générale calculée par coefficient critères

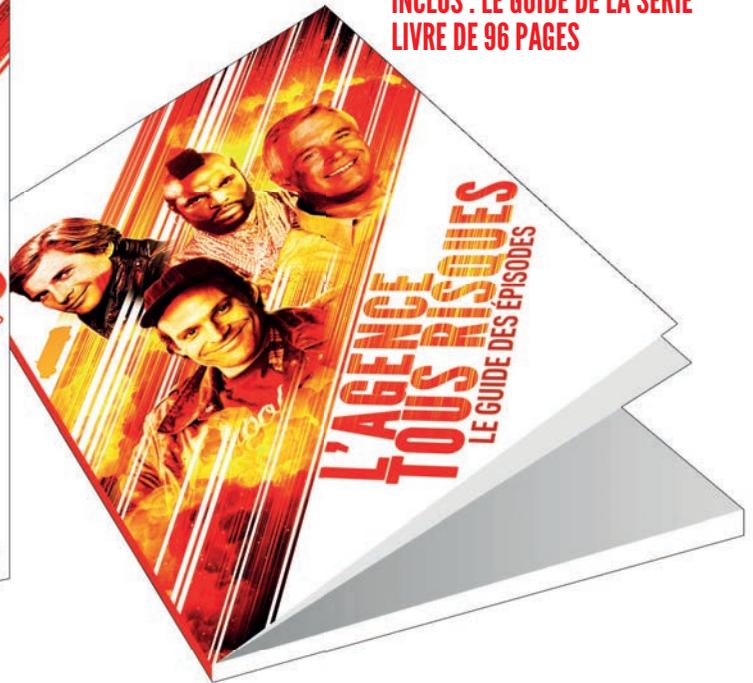
QUAND LA LOI NE PEUT PLUS RIEN POUR VOUS, IL VOUS RESTE UN RECOURS, UN SEUL...

L'AGENCE THE A-TEAM TOUS RISQUES

L'INTÉGRALE DE LA SÉRIE EN VERSION RESTAURÉE HAUTE-DÉFINITION • SAISONS 1 À 5 - 94 ÉPISODES - COFFRET 17 BLU-RAY



INCLUS : LE GUIDE DE LA SÉRIE
LIVRE DE 96 PAGES



- 94 ÉPISODES : VERSION FRANÇAISE D'ÉPOQUE + VERSION ORIGINALE SOUS-TITRÉE FRANÇAIS
- RESTAURATION EN HAUTE-DÉFINITION • VERSIONS INTÉGRALES INÉDITES
- DOCUMENTAIRES DE ALAIN CARRAZÉ ET ROMAIN NIGITA : STEPHEN J. CANNELL, LE CRÉATEUR MULTI RISQUES + UNE AGENCE SANS ACCROCS
- L'AGENCE TOUS RISQUES : ENTRETIEN AVEC STEPHEN J. CANNELL
- PETIT ÉCRAN ET GRAND FLASHBACK : LES ANNÉES 80

DISPONIBLE LE 28 SEPTEMBRE 2021

" J'ADORE QUAND UN PLAN MÉDIA SE DÉROULE SANS ACCROCS ! "

Sofilm

CINEMA **TEASER**

PREMIERE

GONZAÏ



L'ANNEES LASER
ES MAGAZINE DU CINÉMA À DOMICILE

GEEK

TCL C82

DISPLA^Y
GREATNESS

Mini LED | QLED

Jusqu'à **150€ remboursés**
sur votre TV TCL C82 du 05 mai au 31 juillet 2021



Chaque détail compte,
TCL pionnier de la technologie Mini-LED

La technologie de rétro-éclairage Mini-LED apporte un contraste sans compromis,
une luminosité et une uniformité d'affichage incroyables.

4K HDR
PREMIUM

100Hz
MOTION CLARITY PRO

MULTI HDR FORMAT
Dolby Vision HDR

GAME MASTER PRO

ONKYO | Dolby Atmos

androidtv

www.tcl.com