

DES MILITANTS DU SEPTIEME ART

MERCREDI 28 NOVEMBRE 2018

www.bordeaux7.com

Trompeuse, la douce mais surpeuplée atmosphère festivalière lors du Festival du film d'histoire de Pessac ? Pas vraiment. Idéalement situé en cœur de ville sur la place de l'hôtel de ville, le cinéma Jean-Eustache et son équipe de passionnés le font tourner à plein toute l'année en réussissant à attirer autant le public familial que les cinéphiles purs et durs. « Je suis passé par les multiplex où on vend des places de cinéma comme on vendrait des patates. Ici, j'ai la chance d'être avec une équipe de passionnés de cinéma. » Bien dans son fauteuil de directeur d'exploitation, Nicolas Milesi. Depuis 14 ans, il copilote le lieu avec François Aymé. Le premier est plus en charge de la logistique quand le second, directeur général, s'occupe plus de la programmation – y compris celle du Festival du film d'histoire, autre structure associative dans laquelle il a un pied. « Tous les deux, on est ultra-raccord : on revendique le choix de défendre le cinéma dans son ensemble. On a le label Art et essai, mais on tient aussi à programmer du cinéma populaire de qualité. Et c'est pour ça qu'on existe encore aujourd'hui, grâce à cette identité forte reconne partout dans la métropole. »

Des tarifs tirés au plus bas

Un choix payant : depuis que ce cinéma a entamé sa troisième vie suite à l'extension de 2006 qui l'a fait passer à cinq salles et 800 fauteuils (il a d'abord été privé, le Trianon, de 1985 à 1990, puis acquis et rénové par la ville en format trois salles 400 fauteuils), sa fréquentation dépasse allègrement les 200 voire 220 000 entrées annuelles.



Selon Nicolas Milesi, co-directeur du Jean-Eustache, la présence d'un cinéma de proximité est un critère majeure de l'installation de nouveaux habitants à Pessac.

Les tarifs sont, il faut dire, attractifs : 8€ la place, 5€ par carte de dix, 3,10€ par carte de 36 non nominative valable deux ans. Et tout ça, avec assez peu de subventions : les 155 000€ d'aides de la Ville, par exemple, sont à mettre en regard avec le chiffre de la billetterie, autour de 1,5 million d'euros. « Les aides vont en direction de ce qui n'a pas de valeur marchande, la médiation et l'éducation à l'image par exemple », précise le directeur d'exploitation.

Relation de confiance

Pour en arriver là, l'équipe de 14 personnes à l'année a aussi dû jouer la carte de l'inventivité. Ses "Universités populaires" alias "Unipop", par exemple, ont un succès fou : la Petite Unipop pour les enfants trouve toujours son public, et on compte 700 inscrits à l'année pour l'Unipop Histoire, 600 pour l'Unipop cinéma, un chiffre reparti à la hausse depuis qu'elle a élargi la focale pour devenir Unipop Arts, littérature et cinéma. « Chaque séance, les 330 fauteuils sont pris, et on doit rajouter des chaises ! »

Autre atout dans sa manche, sa gazette faite maison : « Les gens l'attendent, et elle déclenche souvent l'envie de voir un film dont ils n'avaient jamais entendu parler. » Summum de cette confiance du public dans la programmation, les avant-premières surprises mensuelles font régulièrement le plein. « Les distributeurs hallucinent », sourit Nicolas Milesi.

« Il n'y a pas une seule manière de raconter les histoires, conclut-il. On peut aimer l'hollywoodien et l'art et essai. Maintenir cette ouverture dans la tête des gens, c'est ça qui nous porte. » **SLU**
www.webeustache.com

© SÉBASTIEN LE JEUNE / BORDEAUX7

© SÉBASTIEN LE JEUNE / BORDEAUX7