



ACTUALITÉS

[Exploitation]

LE LOUXOR CONTINUE SUR SA LANCEE

À quelques jours du début de leur 2^e DSP, Carole Scotta, Martin Bidou et Emmanuel Papillon font le bilan de leurs sept années passées à la tête du cinéma art et essai parisien. ■ KEVIN BERTRAND

Le 18 avril 2013, Le Louxor, mythique cinéma du X^e arrondissement de Paris, rouvrait ses portes 30 ans après sa dernière séance à l'initiative de la Ville de Paris. Quelques mois plus tôt, Carole Scotta, Martin Bidou (Haut et Court Cinémas) et Emmanuel Papillon, associés au sein de la SAS CineLouxor, prenaient les commandes de ce complexe de trois salles et 556 places via une délégation de service public. Sept ans plus tard, le trio a été conforté par la Ville, qui lui a récemment attribué une 2^e DSP. Celle-ci débutera le 1^{er} janvier 2020, pour une durée de cinq ans. "Le pari était d'avoir une salle de quartier très art et essai avec un public de proximité, et il a été tenu. Nous avons réussi à faire du Louxor un cinéma incontournable", commente Carole Scotta. "Le premier succès du Louxor, c'est sa fréquentation", rebondit son programmeur, Martin Bidou. Dès sa première année, le complexe pulvérise en effet son objectif de 180 000 entrées en attirant plus de 240 000 spectateurs. C'est, aujourd'hui, le troisième cinéma art et essai le plus fréquenté de Paris. Des résultats obtenus en "respectant un cahier des charges exigeant sur les animations, les labels...", assure Martin Bidou, et "sans avoir siphonné les salles des environs, certifie Emmanuel Papillon, directeur du Louxor. Auparavant, beaucoup d'habitants du quartier allaient une fois par mois au cinéma. Maintenant, ils y vont une fois par semaine parce que c'est à côté de chez eux".

"TOUT JUSTE À L'ÉQUILIBRE"

Car, analyse Martin Bidou, "le succès du Louxor, c'est aussi sa situation géographique, dans un quartier au carrefour de trois arrondissements très peuplés". Aussi, "nous avons ici tous les publics", assure le programmeur, les jeunes occupant une place conséquente. "Nous avons le sentiment que le public est satisfait. Les distributeurs aussi, je l'espère", reprend Martin Bidou, qui reconnaît devoir "dire souvent non. Le Louxor est demandé à la fois par les 'petits distributeurs' et



Le Louxor est le 3^e cinéma art et essai le plus fréquenté de la capitale.

© LUC BOEGL

les majors. Or nous n'avons que trois écrans. Du coup, nous nous retrouvons souvent face à un entonnoir".

Si les motifs de satisfaction sont nombreux, "nous finissons cette DSP en étant tout juste à l'équilibre", nuance Emmanuel Papillon. "Nous réalisons plus d'entrées que prévu, mais nous avons des charges beaucoup plus élevées que ce que nous avions anticipé, apprend Martin Bidou. Le Louxor est une énorme machine, lourde à gérer en termes de frais". D'où la volonté "d'améliorer certains aspects de la rentabilité" du complexe, chantier phare de cette 2^e DSP. Les trois associés ambitionnent également de développer le bar du cinéma, pour le moment exploité en propre. "C'est toujours un work in progress, précise Emmanuel Papillon. On gagne un peu d'argent, mais ce n'est pas la poule aux œufs d'or." L'objectif est désormais "d'améliorer l'offre du bar", tant en termes de décoration que de carte, qui devrait devenir essentiellement bio. Le tout appuyé par une ligne directrice claire: "conforter tout ce que nous faisons actuellement", conclut Martin Bidou.