



**Frédéric Houzelle** (e-cinema.com) :

Copyright © Lartige

La société réunit deux entrepreneurs, dont l'un issu de l'audiovisuel, et une figure du 7<sup>e</sup> art : Frédéric Houzelle, patron du groupe de postproduction Atlantis TV, Roland Coutas, ex-TravelPrice, et Bruno Barde, directeur du festival du film américain de Deauville sont les fondateurs d'e-cinema.com. Lancée le 1<sup>er</sup> décembre prochain, cette plate-forme de VOD et SVOD dédiée au cinéma étranger mise gros en prenant les droits exclusifs, tous supports, pour sept à douze ans, des œuvres qui seront proposées chaque vendredi aux internautes. L'idée est, passée la mise à disposition au bénéfice des abonnés de la plate-forme, d'organiser la vie des films achetés. Une nouvelle chronologie des médias sur un segment éditorial moins facile à monétiser que d'autres.



Bruno Barde, directeur du festival de Deauville, Frédéric Houzelle, patron d'Atlantis TV, et Roland Coutas, fondateur de Travelprice et ancien pdg de Telemarket, les trois fondateurs d'e-cinema.com

**E**-cinema.com n'est pas sa première aventure entrepreneuriale. Frédéric Houzelle, 57 ans, a lancé Atlantis TV en 2002. Ce groupe de postproduction, qui occupe un bâtiment entier à Boulogne, à deux pas du siège de TF1, a grandi jusqu'à devenir un acteur incontournable du secteur. Son fondateur, toujours aux commandes, s'est engagé il y a quelques mois dans une autre

activité parallèle, tournée vers le e-cinéma. A titre personnel, Frédéric Houzelle est devenu actionnaire d'une nouvelle offre fondée avec **Bruno Barde**, directeur du festival de Deauville, et **Roland Coutas**, entrepreneur notamment à l'origine de Telemarket.fr. « *Le seul moyen de voir un nouveau film aujourd'hui, c'est la salle. Or plus de 700 films sont sortis en 2016 et les gens ne vont au cinéma, en moyenne, que 3,2 fois par an. Notre ambition, avec e-cinema.com, est donc d'apporter les films au cœur des foyers* », résume l'entrepreneur.

Le 1<sup>er</sup> décembre, e-cinema.com verra le jour. Cette plate-forme de VOD et SVOD proposera, chaque vendredi à 14h, en exclusivité, un film étranger jamais sorti dans l'Hexagone. L'internaute pourra acheter le droit de visionner le film pour une période de cinq jours pour 5,99 euros ou opter pour une formule d'abonnement, sans

engagement, à 9,99 euros par mois<sup>1</sup>. Le catalogue comportera une vingtaine de films au lancement, un volume qui s'enrichira d'un nouveau film au moins chaque semaine. « *L'idée est de reproduire l'achat d'une place de cinéma ou d'un pass, exactement comme vous fréquenteriez une salle obscure*, explique Frédéric Houzelle. *L'objectif est de dépasser assez vite les 100 000 abonnés.* »

L'ambition est affichée : les trois associés fondateurs, pour l'instant seuls actionnaires de la société éditrice du service, mise sur la levée de fonds en cours pour réunir cinq à sept millions d'euros. « *Pour beaucoup de ceux avec qui nous échangeons, e-cinema.com est le Netflix à la française* », affiche sans complexe Frédéric Houzelle. Ce capital permettra de mettre en œuvre une stratégie d'acquisitions coûteuse : les droits ■■■

<sup>1</sup> Avec une période de promotion de 5,99 €.

### L'équipe d'e-cinema.com

Fondateurs

**Frédéric Houzelle**  
**Roland Coutas**

**Bruno Barde**, directeur artistique

Directeur marketing  
**Thomas Thévenin**

Directeur des acquisitions  
**Daniel Preljocaj**

“

**e-cinema.com est le Netflix à la française.**

”



e-cinema.com est le bon projet au bon moment.



■ ■ ■ sont achetés, tous supports, pour sept à douze ans. L'ancien directeur général de TF1 Droits audiovisuels **Daniel Preljocaj** est à la manœuvre. La plate-forme n'achètera pas de films français, mais en produira quatre à cinq à l'horizon 2019, avec des « budgets réduits ».

E-cinema.com disposera de l'exclusivité des titres pendant douze semaines. Il appartiendra ensuite à la société d'organiser la vie de l'œuvre. Frédéric Houzelle imagine aussi bien une sortie en salles qu'une édition sur support vidéo : « Nous allons finalement créer une nouvelle chronologie des médias. ». La société a ainsi acquis les droits d'*Outrage Coda* : en France, la première exploitation du dernier film de **Takeshi Kitano**, présenté en clôture du Festival de Venise, ne passera pas par la salle mais par le e-cinéma. Sont également annoncés pour novembre : *The Bachelors* de **Kurt Voelker**, avec **Julie Delpy**, en compétition à Deauville, *The Confirmation* de l'Américain **Bob Nelson**, avec **Clive Owen**, ou encore *Killing Ground*, film australien de **Damien Power** présenté à Sundance... Ils seront disponibles au choix en versions sous-titrée ou doublée. Chaque film sera présenté par **Audrey Pulvar** qui animera un magazine de cinéma hebdomadaire de 26 minutes.

Dans un premier temps, E-cinema.com sera disponible sur ordinateur et sur supports mobiles Apple. Les applis iOS sortiront dès le mois d'octobre avant leurs homologues Android, sans doute fin 2017. Frédéric Houzelle n'entend pas se priver du marché des box, mais les négociations commencent tout juste avec les opérateurs. « Non seulement une bonne partie du marché est encore là, mais les box, autrement dit le téléviseur, ça

## Un service de vidéo pour les exploitants

Le lancement d'e-cinema.com a suivi de près celui de La Toile. Service de vidéo à la demande conçue pour des exploitants de salles de cinéma, il a vocation à être repris et personnalisé par chaque gérant de salle. « *La Toile intervient en marque blanche, de telle manière que le service reste, aux yeux du spectateur, un service proposé par sa salle de cinéma* », a-t-il été indiqué. Les films proposés à la location<sup>1</sup> ou sur abonnement – 4 films pour dix euros – accompagnent la programmation des salles (autres films d'un même réalisateur par exemple).

<sup>1</sup> De 2 à 6 euros.

correspond pleinement à notre ADN », indique-t-il.

Soucieux de mettre toutes les chances de leur côté, les fondateurs ont un temps envisagé de travailler avec Wild Bunch et TF1, deux acteurs qui se sont également aventurés dans le e-cinéma. « Et puis on s'est rendu compte qu'on diluait notre spécificité et notre exclusivité », explique Frédéric Houzelle.

Wild Bunch avait inauguré le e-cinéma avec la sortie de *Welcome to New York* d'**Abel Ferrara** au printemps 2014, TF1 lui a emboîté le pas en 2015. Les résultats sont mitigés. « Les chiffres ne sont pas très bons, expliquait en 2016 **Vincent Maraval**, l'un des patrons de Wild Bunch, dans une interview à *L'Express*. Nous avons raté quelque chose après *Welcome to New York*; il aurait fallu proposer d'autres films immédiatement. L'habitude n'a pas été prise. Il y avait 100 000 personnes prêtes à continuer (...). Mais ça grimpe doucement », ajoutait-il. Du côté de TF1, on affichait, en septembre dernier, 400 séances e-cinéma vendues depuis le lancement.

Au sein de TF1 Studio, l'entité créée en mai pour fédérer les filiales TF1 Droits Audiovisuels, TF1 Vidéo et TF1 International, le e-cinéma est envisagé comme une solution complémentaire

à la salle dans une logique vertueuse en matière de chronologie des médias. Il porte sur des films européens et anglo-saxons. Mi-septembre, le film américain *Kidnap* (Di Bonaventura Pictures, sorti le 4 août aux Etats-Unis) avec **Halle Berry** a ainsi été proposé en e-cinéma par TF1. Interrogé sur le lancement d'un futur concurrent, **Tristan du Laz**, le codirecteur de la filiale, s'est dit « peu convaincu à ce stade que l'on puisse avoir ce public sur le digital ».

La concurrence est également incarnée, sur un segment éditorial proche d'e-cinema.com, par Outbuster, la start-up lancée par **Etienne Metras**, ancien de TF1 Vidéo, à l'été 2016. Pour six euros par mois, l'internaute accède à une collection de longs métrages inédits en France, proposés en version sous-titrée. L'offre est accessible sur PC, supports mobiles, mais absente des box.

Mais pour Frédéric Houzelle, peu importe la concurrence, « e-cinema.com est le bon projet au bon moment ». L'entrepreneur connaît une certaine réussite avec Atlantis dans la postproduction. Il s'aventure cette fois dans un marché BtoC risqué, où la qualité de la prestation délivrée n'est qu'un des nombreux facteurs de succès. ■