4 € *Première édition. N° 14009*

SAMEDI 8 ET DIMANCHE 9 AOÛT 2026

www.liberation.fr

Libération

ÉTÉ

XPRING ET GAMMA-RAPHO

ILS SE SONT TANT DÉTESTÉS
Jean-Louis Aubert vs Corine Marienneau

TOUR DE FRANCE
Le Ventoux, en électrique c'est plus grand public

PAGES 12-13

QUEL AVENIR POUR LE CINÉ ?
L'interview des patrons de MK2

PAGES 20-21

ROBOTS HUMANOÏDES
L'IA À LA SAUCE AUTOMATE

■ L'intelligence artificielle a accéléré le développement des androïdes, bientôt prêts à se décliner dans le monde pro et domestique.

■ Benoît Hamon : «La taxe robot et le revenu universel sont d'une actualité encore plus brûlante qu'il y a dix ans.»

PAGES 2-4

(PUBLICITÉ)

SUMMER OF DISCO

Tout l'été, ARTE vous fait vibrer au rythme du disco.

Au programme : films culte, documentaires inédits et concerts mythiques.

À VOIR SUR ARTE.TV

arte

M 00175 - 808 - F: 4,00 €

IMPRIMÉ EN FRANCE / PRINTED IN FRANCE Belgique **4,20 €**, Canada **9 CAD**, Djibouti **4,70 €**, DOM **4,60 €**, Espagne **5,00 €**, Grèce **5,00 €**, Japon **700 JPY**, Liban **4,70 €**, Luxembourg **4,20 €**, Maroc **48 Dh**, Portugal (continental) **5 €**, Rwanda **4,70 €**, Suisse **5,70 CHF**, Tunisie **6,80 DT**, Turquie **4,70 €**, Zone CFA **3000 CFA**.

CULTURE/

Les frères Karmitz, patrons de MK2

«Le cinéma est un art populaire qui doit rester accessible»

Alors que le groupe ouvre son capital aux spectateurs plutôt qu'aux milliardaires et inaugure en 2027 un «musée d'arts visuels et sonores», Nathanaël et Elisha Karmitz reviennent sur la survie du modèle multiplexe. Et prônent aussi bien l'indépendance contre la concentration que le renouvellement des publics par l'événementiel.

Recueilli par
SANDRA ONANA

Boosté par l'appel de la clim en pleine canicule, l'été des salles a commencé triomphalement avec des performances en hausse de 14 % sur 2025 au mois de juin, chiffres à la hausse encore confirmé pour juillet, un nouveau bond de 22,6 % par rapport à 2025 et 17,53 millions de tickets vendus grâce aux gros films français et américains *Toy Story 5*, *l'Odyssée*, *la Bataille de Gaulle I et II*, *Backrooms*… On en oublierait combien le coût de la pandémie a été colossal pour les gros circuits : 20 % de Pathé dans le portefeuille du milliardaire Rodolphe Saadé, UGC vendu à Vincent Bolloré et CGR en sursis de rachat. Mis au défi d'investir massivement dans leur survie (ils forment le top 3 de l'exploitation en France), ces titans ont montré les fragilités d'un modèle dimensionné pour les succès XXL, dépendants des blockbusters avec un public en déclin dragué par le streaming. Le multiplexe se meurt-il ? Les frères Elisha et Nathanaël Karmitz, patrons du groupe parisien MK2 (7e dans l'exploitation), n'en croient rien, même si remplir une salle de 600 places n'arrive plus tous les quatre matins.

Chantres de la diversification (hôtellerie, conférences «MK2 Institut», festival gratuit Cinema Paradiso en plein air – à la tour Eiffel en septembre après la cour carrée du Louvre début juillet), ils lèvent aujourd'hui des fonds pour leurs prochaines révolutions, sans recours à la Bourse ni interventions de magnats aux sombres desseins civilisationnels. C'est au grand public qu'ils proposent d'investir en actions dans le premier circuit de salles d'art et essai en France, via une plateforme de financement responsable. Et 2,5 à 5 millions d'euros sont attendus de l'expérience, sur un chantier total de 30 millions, pour réinventer le MK2 Bibliothèque, troisième plus gros complexe à Paris. Les vies multiples du lieu ces vingt dernières années renseignent sur un monde qui va vite, des librairies et boutiques de DVD disparues avec le déclin du monde physique, aux éphémères salles de réalité virtuelles.

Au programme désormais : rééquipements haut de gamme, passage de 20 à 16 salles pour accueillir un musée d'arts visuels et sonores de 1500 m² (un projet lauréat du programme d'investissement France 2030). Sans oublier l'ouverture d'un deuxième Hôtel Paradiso à l'été 2027 pour mater, par exemple, les trois heures de *l'Aventure rêvée* de Valeska Grisebach sur écran dans son lit.

Présidents du directoire et directeur général du groupe fondé il y a un demi-siècle par leur père Marin Karmitz, 87 ans, les frères Karmitz parlent d'une seule voix dans cette interview donnée mi-juillet.

Ouvrir le capital du MK2 au public, c'est un symbole ?

On voulait en effet envoyer ce message : quand certains choisissent les milliardaires, on choisit les spectateurs. Au-delà du sujet financier, cette levée de fonds est une promesse d'engager les gens à notre côté, en leur permettant de soutenir un lieu important pour eux. Ce que fait la plateforme Lita dans l'économie sociale et solidaire donnait envie de tester cette typologie de relations directes avec le public, qu'on a vu apparaître aux Etats-Unis sur les nouveaux financements de projets culturels. Là-bas, ce sont d'ailleurs plutôt des films qui se financent en crowdfinancing auprès des fans, on ne connaît pas d'équivalent pour les salles. Notre décision fait d'autant plus sens dans le contexte mondial de bouleversements capitalistiques, dans lequel s'inscrit le rachat d'UGC par Canal +, l'entrée de CMA CGM au groupe Pathé…

Vous annoncez le passage de 20 à 16 salles au MK2 Bibliothèque, vaisseau amiral du groupe pour ouvrir un musée… La fin d'un modèle ?

N'oublions pas qu'on a commencé à 14 en 2003 ! Dans le monde pré-Covid, le nombre de salles augmentait pour accueillir une offre toujours plus large. Le mouvement s'inverse aujourd'hui : il y a toujours un grand nombre de sorties, mais une concentration des spectateurs sur un plus petit nombre de films. La salle vit des révolutions toutes les deux ou trois décennies. Il y a trente ans, le modèle des multiplexes se déployait en France avec la demande d'un maximum de salles. On entre dans une nouvelle étape d'investissements, avec deux stratégies opposées : la «premiumisation» du contenu, qui est la nôtre à MK2, en ouvrant les salles aux événements et animations autour des films. Et la «premiumisation» par le contenant, avec des fauteuils de plus en plus gros, des places de plus en plus chères.

La stratégie de Pathé, donc…

Qui s'inscrit dans des mouvements mondiaux, initiés aux Etats Unis et en Asie. Nos salles seront également modernisées et équipées en projection laser, Dolby Atmos, avec des fauteuils refaits. Mais on ne «premiumise» pas pour s'adresser à une clientèle occasionnelle, qui vient une à deux fois par an pour un blockbuster. On considère que le cinéma est un art populaire qui doit rester accessible et s'ancrer comme une habitude culturelle.

MK2 est confronté à des salles vides ?

Comme d'autres cinémas à Paris, le MK2 Bibliothèque a perdu 30 % de sa fréquentation en dix ans. Il y a environ 8 millions d'entrées en moins dans les salles de Paris intramuros, aussi en raison d'une perte de 200 000 habitants, de nouvelles salles en périphéries. Le projet est de réattribuer les espaces à d'autres expressions artistiques pour réinventer le multiplexe de demain. On se rendra au MK2 Bibliothèque pour participer à une conférence MK2 Institut, découvrir *Jim Queen*, voir une expo et y boire un verre avec des amis ou en famille, au même endroit.

La programmation «hors films» crispe les distributeurs qui peinent à trouver des écrans, concurrencés par exemple par le documentaire du youtubeur Inoxtag (distribué par MK2)…

Le cinéma événementiel est très encadré en France. Programmer une conférence aux moments creux dans un multiplexe d'une vingtaine de salles ne vient manger d'entrées à personne. Le «hors films» offre l'opportunité du retour d'un public qui s'était éloigné du cinéma et d'un renouvellement de générations. Un sondage a montré que 70 % des gens venus voir *Kaizen* d'Inoxtag n'étaient pas allés au cinéma les douze derniers mois. On craignait un désintérêt des jeunes après le Covid, mais les moins de 26 ans forment la première fréquentation mondiale de cinémas aujourd'hui ! On sent l'envie d'un lieu de déconnexion, d'un renouvellement des formes du cinéma d'il y a quarante ans. En 2026, des films de youtubeurs, *Obsession*, *Backrooms*, parlent le langage de la «Gen Z» et sont des révélations.

Que vous a inspiré la crise «Zapper Bolloré» ?

Tout mouvement de concentration de pouvoirs est un facteur d'inquiétude légitime en démocratie, depuis toujours. Particulièrement pour la culture. On peut parler aussi bien du rachat de Warner par David Ellison, PDG de Paramount Skydance, aux Etats-Unis *[contesté et suspendu récemment par un juge américain, ndlr]*. Il est faux de dire qu'UGC n'avait d'autre choix que d'être racheté par Canal, sous peine de passer sous pavillon américain ou chinois. Il y avait d'autres options, les actionnaires ont a priori fait le choix du sauvetage des conditions qu'ils

Nathanaël et Elisha Karmitz au MK2 Bibliothèque à Paris, en février. PHOTO BOBY. MK2

souhaitaient. Si la tribune «Zapper Bolloré» a pu paraître maladroite, la réponse apportée *[par le patron de Canal +, Maxime Saada]* l'était aussi et n'était pas conçue pour rassurer. Nous sommes à l'aube d'une présidentielle, dans un contexte d'attaques par l'extrême droite du cinéma français, du service public… Quand certains proposent de limiter les concentrations, d'autres veulent supprimer le CNC *[Centre national du cinéma et de l'image animée]*, se priver du rayonnement mondial d'un secteur qui représente 250 000 d'emplois. Rappelons que de Gaulle posait le cadre de l'exception culturelle après-guerre : parce que les Etats-Unis demandaient des quotas de films américains, on créait une taxe sur les entrées pour investir dans le cinéma français et retrouver une souveraineté nationale. En France, on a encore une culture dont on peut débattre grâce à la régulation, qui n'est plus rénovée par manque de vision politique. Même Meloni copie le CNC aujourd'hui en Italie.

Le naufrage des salles aux Etats Unis ne fait-il pas craindre un destin similaire ?

La tendance est plutôt à la reprise des salles américaines. Des cinémas de quartier rouvrent dans les petites villes, pris en charge par leur communauté. Les difficultés sont celles des grands réseaux surendettés, qui ont traversé le Covid sans aide, dans un pays où l'on aborde le cinéma comme un produit de consommation. Hollywood a mis du temps à comprendre que l'attente des spectateurs n'est pas forcément le 27e Marvel et paye aussi ses propres turpitudes.

Le succès de *l'Odyssée* apporte la démonstration spectaculaire que la salle n'est pas condamnée : 640 millions de dollars de recettes dans le monde, certaines salles Imax 70 mm, de Londres à Melbourne, qui affichent complet parfois jusqu'en septembre. Pour ces grands rendez-vous, nous retrouvons des niveaux de fréquentation comparables à ceux d'avant le Covid.

En difficultés il y a douze ans, MK2 annonçait mettre fin à ses activités de distribution et de production déléguée. Qu'en est-il aujourd'hui ?

L'hyperspécialisation de ces métiers s'est confirmée. Ce qui ressemblait à un cumul d'opportunités est devenu un cumul de risques. L'histoire nous a donné raison de nous recentrer sur l'export et la coproduction : cela fait six ans que nos films ont de beaux parcours dans les festivals et marchent très bien au box-office mondial. Ce sont toujours des projets choisis sur scénario : nous étions les coproducteurs et vendeurs à l'étranger de *l'Agent secret* de Kleber Mendonça Filho et *Valeur sentimentale* de Joachim Trier, coproducteurs délégués pour *Minotaure* de Zviaguintsev… L'international est une plus grande source d'indépendance pour le cinéma d'auteur que dépendre uniquement du système français. Une autre fierté est de continuer à accompagner l'émergence, avec trois premiers films présentés cette année à Cannes : *Ben'imana* de Marie-Clémentine Dusabejambo (Caméra d'or), *la Gradiva* de Marine Atlan (Grand prix de la semaine de la critique), et *Triangle d'or* d'Hélène Rosselet-Ruiz *[actuellement en salles]*.

Vos activités d'hôtellerie, un cinéma éphémère au premier étage de la tour Eiffel, ne risquent-ils pas de coller une étiquette «business» à un label de cinéphilie historique ?

Nos stratégies ont une logique d'ensemble. C'est grâce à l'hôtel Paradiso que l'on a ajouté deux salles et rénové le MK2 Nation, que l'on arrive à maintenir des tarifs à 5,90 euros pour les moins de 26 ans. Le festival Cinema Paradiso est entièrement gratuit pour le public et fait travailler près de 400 personnes. Pour ce type d'événement, nous assumons un modèle public-privé, largement financé par des sponsors étrangers, sans même parler ici de mécénat ou de défiscalisation. Nous ne sommes pas de grands solliciteurs de fonds publics. Il faut se demander ce que l'on veut : accepte-t-on que des capitaux privés financent l'art dans l'espace public et permettent de le rendre accessible gratuitement, ou pas ? Sans économie solide, il n'y a ni salles rénovées, ni tarifs accessibles, ni grands événements gratuits. Et avons-nous réellement les moyens de financer aujourd'hui une culture 100 % publique ? Rien n'est moins sûr.