

<http://divergences.be/spip.php?article4722>



"La Bataille de Gaulle", le bouche-à-oreille et le chaînon manquant...

- Mato Topé, Cinéma & plus -



Date de mise en ligne : samedi 5 septembre 2026

Copyright © Divergences Revue libertaire en ligne - Tous droits réservés

Avec ses 31 millions de spectateurs en 2025, Pathé est le premier exploitant de France [1]. Modèle de société intégrée verticalement, Pathé est également distributeur et producteur. C'est en tant que distributeur de *La Bataille de Gaulle* que Pathé a choisi une sortie réduite à 566 copies principalement réservées aux salles des circuits et des exploitants privés. Depuis le passage au numérique et l'abandon du support chimique, le coût d'une copie est devenu plus que marginal, négligeable. Eu égard à son budget de film de guerre à grand spectacle, le diptyque d'Antonin Baudry aurait dû bénéficier d'une exposition comparable à *L'Odyssée* de Christopher Nolan sorti le 15 juillet avec une combinaison de 750 copies ou à celle de *Spider-Man : Brand New Day* de Destin Daniel Cretton sorti le 29 juillet avec 850 copies. Il s'agit donc bien d'un choix politique.

En refusant de servir les salles municipales, Pathé-distribution apportait son soutien au combat de Pathé-exploitation et de bon nombre d'exploitants privés contre ces salles. Explicitement, elles sont accusées de "*distorsion de concurrence en termes d'exposition et de prix des places pour les films en sortie nationale*" dans un mail adressé le 3 mars par Megarama à de nombreux distributeurs dont Pathé, Metropolitan Films ou encore Gaumont. Sans oublier de dénoncer les "*généreuses subventions*" allouées par les municipalités aux structures associatives ou pire aux salles en régie municipale.

En prenant le risque de pénaliser le film produit par Pathé-Films, Pathé-distribution s'inscrivait en l'espèce dans cette mauvaise querelle [2] faite aux salles municipales. Les très mauvais chiffres de 2025 et l'absence de perspective ont conduit les exploitants privés à désigner un bouc émissaire : les salles municipales et leur distorsion de concurrence qu'il conviendrait d'exclure des sorties nationales.

Ce n'est pas hélas la première fois que les salles municipales remplissent cette fonction de bouc émissaire. En 2004, c'est l'ACID (Agence du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion) qui lançait une pétition, "*Pour que le cinéma vive dans sa diversité, exigeons des instances de régulation qu'aucun film n'occupe plus de 528 écrans.*" En 2007, suite à l'élection de Nicolas Sarkozy, UGC, bientôt rejoint par MK2 et Utopia, partait en guerre contre les salles publiques... Sous le titre très explicite *Des Mairies sans complexes*, Juliette Bénabent, la journaliste de *Télérama* [3] épousait, sans recul, le discours libéral en prenant fait et cause pour UGC et Mk2 contre Le Méliès [4] de Montreuil qui arbore fièrement sur son fronton Cinéma Public. L'heure étant à l'hégémonie du libéralisme, les salles privées escomptaient en tirer profit (au sens premier du terme) en proposant une sortie différée pour les salles publiques.

[http://divergences.be/local/cache-vignettes/L400xH267/le_melies-7a357.jpg]

Avec ses 566 copies, *L'Âge de fer*, le premier volet du diptyque sort le 3 juin et ne réunit que 380 000 entrées la première semaine : deuxième au box-office derrière *Scary Movie 6*. La deuxième semaine, le film perd encore 40 % d'entrées. Même si une légère hausse (de 17 %) est constatée la troisième semaine, la fréquentation n'est évidemment pas à la hauteur des 75 millions d'euros investis par Pathé Films. Et très en deçà du million d'entrées enregistrées en première semaine par *Les Trois Mousquetaires : D'Artagnan* ou par *Le Comte de Monte-Cristo*.

Pathé décide alors d'avancer d'une semaine la sortie du second volet. Au lieu du 3 juillet prévu initialement, *La Bataille de Gaulle : J'écris ton nom* sort le 26 juin afin de profiter de la Fête du cinéma et de son tarif unique à cinq euros. Bien sûr, un esprit chagrin pourrait rappeler à Pathé que la distorsion de concurrence des salles municipales serait, entre autres, imputable à leur tarif trop bas... Quoi qu'il en soit, ce changement de date a pu, sur le moment, être perçu comme un mauvais signal. Dans *Ecran large*, Antoine Desrués titre son article : "*Le bordel La Bataille de Gaulle : la suite change de date, et confirme la catastrophe au box-office*" et le conclue par un définitif : "*Le blockbuster de Pathé a l'air de se transformer en petit cauchemar*" (vendredi 12 juin 2026).

Surtout Pathé décide d'ouvrir la diffusion en augmentant significativement le nombre de copies (entre 300 et 400 copies de plus) et donc mécaniquement le nombre de salles servies et proposant à leurs spectateurs les deux films d'Antonin Baudry. Ce point technique passe à la trappe dans tous les commentaires.

Le pari de Pathé fonctionne à plein. Entre la quatrième et la cinquième semaine d'exploitation, la fréquentation fait un bond de 71 %. Et en cette fin d'été, *La Bataille de Gaulle* a dépassé les 5 millions d'entrées. Le 23 août, un communiqué triomphal de Pathé fait état de ce "*succès exceptionnel*" saluant "*la force d'un bouche-à-oreille*". Président de Pathé Films, Ardavan Safaee savoure : "*C'est un destin à la de Gaulle*".

À la suite de quoi, tous les commentateurs ont rendu compte du phénomène et l'ont analysé en reprenant largement l'argumentaire fourni par Pathé Films... Principalement, cette "*remontada*" (l'expression est utilisée par *Le Monde* comme par *L'Express* puis, plus tard, par *Le Parisien*) a été attribuée à la canicule et à un bouche-à-oreille exceptionnel. Par exemple, pour la Rédaction culture de France Télévision, Valérie Gaget écrit le dimanche 23 août 2026 : "*Depuis la sortie du premier volet en juin, cette fresque historique a remporté un succès progressif mais persistant, favorisé par le bouche-à-oreille et la canicule.*"

Avec plus d'ambition, certains veulent voir dans le succès du diptyque un signe du particularisme français. Pour le Rédacteur en chef au *Monde*, Michel Guerrin, le vendredi 03 juillet 2026 : "*L'incroyable "remontada" des films sur de Gaulle, passés en quelques jours de bides à succès, renvoie au paradoxe que porte le héros de la France libre*". Ou plus encore un élément constitutif du caractère de la France éternelle : "*On pourrait gloser sur les circonstances (Fête du cinéma, climatisation par temps de canicule, etc.), mais je crois qu'il y a dans cette remontada en salles obscures quelque chose de plus profond, de plus politique, de plus culturel. D'abord, le film restitue quelque chose qui touche au cœur du génie français : réussir "l'impossible" avec moins.*" (Anne Rosencher, *L'Express*, jeudi 16 juillet 2026).

[<http://divergences.be/local/cache-vignettes/L400xH250/1-21-60a3b.jpg>]

Le Parisien, vendredi 4 septembre 2026 : Comme le général, le film *La Bataille de Gaulle* a connu une traversée du désert, mais le film a échappé à la débâcle grâce à une stratégie hors norme.

Mais aucun journaliste ne signale dans *la stratégie hors norme* l'extension de la sortie avec l'augmentation significative des salles servies et, partant, ne prend en compte le phénomène dans sa globalité. Et bien sûr, Pathé-distribution se garde bien d'assumer son choix initial qui a bien failli lui coûter la carrière commerciale du film. Pourtant pour que le bouche-à-oreille fonctionne à plein, il fallait impérativement multiplier les lieux de diffusion et ainsi donner la possibilité aux spectateurs de voir les films aisément. Certes, les salles associatives municipales ou non pratiquent évidemment des tarifs en moyenne inférieurs (au delà de l'aspect très ponctuel de la Fête du cinéma) aux salles des circuits. Mais, *last but not the least*, le public de ces salles situées dans les petites villes, les villes moyennes ou encore à la périphérie des grandes agglomérations compte plus de seniors dans son public que les multiplexes. Et ces seniors sont également souvent plus cinéphiles qu'une jeunesse qui plébiscite *Scary Movie*. Plus intéressés également par les questions d'histoire. Ces seniors constituent donc le public cœur de cible du film d'Antonin Baudry !

La sortie mouvementée de *La Bataille de Gaulle* permet ainsi de mesurer, une nouvelle fois, la méconnaissance du fonctionnement concret de l'économie du cinéma par les journalistes spécialisés ou non...

Mato-Topé

[1] En 2025, Pathé = 864 écrans (13,5 % du parc national) répartis dans 78 établissements et un peu plus de 20% des entrées France avec plus de 31 millions de spectateurs.

[2] L'aide automatique versée aux salles de cinéma par le CNC est calculée en fonction de leur contribution en termes de versement de la Taxe Spéciale Additionnelle. Premier exploitant de France, Pathé est le plus important contributeur au fonds de soutien mais, par conséquent, le premier bénéficiaire de l'aide automatique. Sans oublier, Pathé-Distribution et Pathé-Films qui émargent également au Fonds de soutien. Cependant pour les professionnels de la profession, l'aide automatique, "c'est notre pognon" : "Ce n'est pas une subvention, ce n'est qu'un juste

retour des choses". Ce mécanisme qui privilégie les gros exploitants a été mis en place par l'Etat pour faire accepter à la profession la levée d'une taxe destinée à alimenter le Fonds de soutien.

[3] n°3016 du 31 octobre 2007, pp. 16 & 17.

[4] Avec ses 6 salles, et ses 1105 fauteuils le Méliès, situé en plein centre-ville de Montreuil, revendique la distinction d'être le plus grand cinéma public d'Art et Essai d'Europe.