

Publié le 29 avril 2008

La Géode reprend du poil de la bête

Créée en 1985, la Sem La Géode a pour actionnaire majoritaire la Cité des Sciences et de l'Industrie, établissement public, avec 51 % des parts. Salle high-tech dédiée à la projection de films documentaires spectaculaires projetés sur 1 000 m² à 180 degrés, elle a de grosses ambitions pour les années à venir... Après plusieurs années de baisse de fréquentation, elle doit renouer avec l'équilibre budgétaire. Elle relève ce défi en s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'audiovisuel et en diversifiant son offre.



Laurent Dondey, premier directeur de la Géode issu du monde du cinéma et de la télévision, est chargé depuis juin 2005 de redynamiser et de renforcer le positionnement de la célèbre salle installée sur le site de la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris. 2003 et 2004 ont été des années noires durant lesquelles la fréquentation chuta de manière vertigineuse, passant de 815 000 entrées payantes en 1999 à 490 000 en 2005.

Depuis, [la Géode](#) a repris du poil de la bête enregistrant 530 000 entrées en 2006 puis 580 000 entrées l'an dernier. La Sem affiche un chiffre d'affaires de 5 M€ mais un résultat encore déficitaire de l'ordre de 400 000 euros dont une partie relève des effets du plan de développement avec un investissement conséquent dans le numérique. « Je pense qu'il nous faudra encore 4 à 5 ans pour atteindre l'équilibre financier » commente Laurent Dondey. Grosse machine avec de lourdes charges, la Géode commence à sortir de l'ornière en diversifiant les contenus de ses programmes et en proposant d'autres produits que des films sensationnels en technologie IMAXtm, de très haute qualité mais aussi très chers.

Avec sa nouvelle politique éditoriale, le directeur compte bien redorer l'image de sa protégée. « L'objectif est de développer les productions numériques et les événements originaux, artistiques et musicaux comme des concerts numériques VJ (Video Dj) », précise-t-il. Le numérique, outil de renouveau plus souple, plus ouvert, plus varié, moins cher, a permis de redresser l'essoufflement de

la fréquentation, tout particulièrement avec la 3D relief qu'il s'agisse de Dinosaures 3D ou de KHEOPS 3D. « Toutefois, la concurrence est terrible dans l'industrie du loisir et le sera dans doute aussi dans le cinéma numérique, il faudra faire preuve d'originalité. Nous devons développer la notion de spectacle au travers par exemple de jeux vidéo ou de la retransmission d'opéras ou d'événements sportifs, en direct, via internet ou le satellite en provenance de New York ou de n'importe où sur la planète ». A nouvelles images, nouveaux publics ?

L'objectif pour septembre 2008 est de faire varier les tarifs en fonction du public, de la fréquentation et de l'heure. « C'est ce que l'on appelle du Yield management, de la rentabilité par fauteuil » explique Laurent Dondey. Une Sem qui se bagarre pour ses atouts et ses atours. Depuis quelques semaines, la Géode s'est dotée d'un nouveau président, François d'Aubert, ancien maire de Laval en Mayenne qui a créé Laval Virtual, 1er salon européen de la réalité virtuelle.