ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DES MÉTIERS DE L'IMAGE ET DU SON

La femis | partenaire PSL

Trop de films en France :
quel impact pour la diversité du cinéma français ?

Mémoire de fin d'études

Jean-Baptiste Savary

Promotion 2020 – Abbas Kiarostami | Département Production

Juillet 2020

Sous la direction de Pascal Caucheteux, Christine Ghazarian et Christophe Rossignon

REMERCIEMENTS

Je profite de cet espace pour saluer celles et ceux qui ont participé à l'accompagnement de ma quatrième et dernière année à la Fémis : Tania Press, Barbara Turquier, Valérie Degraef, Nathalie Coste-Cerdan et Frédéric Papon, ainsi que mes directeurs de département Pascal Caucheteux, Christine Ghazarian et Christophe Rossignon.

Je remercie chaleureusement mes compagnons de route du département Production : Simon, Dorothée, Marine, Louise et Tristan.

Enfin je tiens à remercier tout particulièrement Axel Moulinier pour le soutien sans faille qu'il m'a apporté dans la rédaction de ce travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4

PARTIE I – L'augmentation du nombre de films face aux limites de l'absorption du marché 11

A. Le système du cinéma français a été capable de porter avec succès un nombre très important de productions 12

1. Un système qui porte le volume de production par l'accroissement du montant global des investissements 12

2. Un système qui soutient la diversité par le fléchage des investissements 17

B. Une offre trop importante ou mal exposée ? 21

1. L'augmentation du volume de production s'est accompagnée d'un accroissement des capacités d'absorption du marché 22

2. La tendance à la concentration des entrées 25

3. Les problèmes d'exposition des films en salles 27

C. Une phase irrationnelle qui menace la stabilité du secteur ? 31

1. La baisse du montant global des investissements 31

2. La contraction de la fréquentation sur les films français 32

3. Un poids sur la rentabilité des films 34

PARTIE II – L'augmentation du nombre de films face aux capacités de production 38

A. L'incapacité du système à structurer le tissu d'entreprises engendre un biais productiviste 39

1. Un tissu industriel atomisé 39

2. Le risque producteur et le biais productiviste 41

3. Le poids sur la conception des films 43

B. La concentration des investissements sur les films à budget élevé . 45

1. Le biais inflationniste des obligations des diffuseurs 45

2. La captation des investissements par le « above the line »..... 49

3. La standardisation des formes cinématographiques..... 51

C. Vers un appauvrissement généralisé des films français ? 55

1. L'effet de cliquet du système 55

2. Le poids important des documentaires dans le phénomène..... 58

3. Les risques de paupérisation du cinéma français 59

PARTIE III – Des pistes de réflexions pour ramener de l'équilibre dans la production française 62

A. Retrouver des perspectives de rentabilité 63

1. Une meilleure promotion de la diversité en salles..... 63

2. Le renouvellement du public 66

3. Le problème du piratage 68

4. Réflexions autour de la chronologie des médias..... 70

B. Envisager avec précaution de nouveaux relais de financement..... 74

1. L'évolution des obligations des diffuseurs..... 74

2. Le recours aux financements étrangers 79

C. Renforcer l'autonomie des producteurs..... 81

1. Réorienter le soutien vers l'écriture et le développement..... 81

2. Limiter la dérive des coûts 83

3. La structuration du secteur de la production..... 84

CONCLUSION..... 88

BIBLIOGRAPHIE..... 90

INTRODUCTION

« *On parle beaucoup en ce moment de crise du cinéma français. Il s'agît essentiellement d'une crise de surproduction* »[1]. Le constat est établi dans les lignes de l'hebdomadaire Arts-Spectacles par un jeune critique et réalisateur : François Truffaut, en 1956 !

Le sujet semble pourtant être d'une actualité criante et n'en finit pas d'alimenter les prises de position médiatiques. En mai 2016, Nicolas Madelaine dans Les Echos se demande « *Pourquoi la France produit-elle autant de films ?* », un débat animé en août 2018 par Didier Si Ammour sur France Inter se questionne : « *Y a-t-il trop de films qui sortent au cinéma ?* », dans un interview accordée au Monde en avril 2019, Catherine Deneuve juge que l'on « *tourne trop de films en France aujourd'hui* » ce qui poussera la journaliste Thomas Sotinel à organiser une table ronde lors du Monde Festival d'octobre 2019 sur le sujet « *Trop de films en France ?* ». La question agite pourtant depuis quelques temps déjà puisque dès 2007, le critique Jean-Michel Frodon monte un dossier dans les Cahiers du Cinéma pour tenter de répondre à la question « *Produit-on trop de films en France ?* » tandis que le rapport du Club des 13, publié la même année et mené par la réalisatrice Pascale Ferran, affirme qu'il convenait de « *répondre « Oui » sans attendre à la question posée* ».

Pour autant, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) se félicite chaque année du volume de production atteint et des chiffres florissant de la fréquentation, témoin de la vitalité et du dynamisme du cinéma français.

L'élaboration en cours de la grande loi audiovisuelle voulue par le Président Emmanuel Macron, pour laquelle le Ministre de la Culture Franck Riester avait été nommé, a été alimentée par plusieurs rapports de parlementaires : le rapport Marie-Ange Magne de juin 2019 sur les Avances à l'Audiovisuel Public, dont la deuxième partie est consacrée au CNC, a été présenté aux parlementaires par la députée LREM Céline Calvez qui soulevait une inquiétude : « *la véritable question porte sur le nombre de films produits. Nous en produisons chaque année 300, et certains font peu d'entrées : 50 à 60 % des films français réalisent moins de 50 000 entrées en salle* »[2] ; le rapport Aurore

[1] François Truffaut, *Chroniques d'Arts-Spectacles (1954-1958)*, Paris, Gallimard, 2019
[2] Assemblée Nationale, Commission des affaires culturelles et de l'éducation, Compte rendu n°55, session ordinaire de 2018-2019, 29 mai 2019

Bergé sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique d'octobre 2018 ; le rapport Dominique Boutonnat[3] sur le financement privé de la production et la distribution cinématographiques et audiovisuelles de décembre 2018 qui plaide pour l'accroissement de la rentabilité des « actifs » (les œuvres cinématographiques et audiovisuelles, donc). Ces rapports puisent dans une idéologie libérale et ont provoqué l'agacement, si ce n'est l'indignation, d'une partie de la profession. Ceci est d'autant plus vrai que ces rapports s'inscrivent dans un contexte de disette budgétaire de la puissance publique qui pousse notamment le rapport Magne, dont Céline Calvez est la rapporteuse à l'Assemblée, à critiquer l'affectation directe des taxes au CNC et à proposer un plafonnement de ces taxes. Si le Ministère de la Culture a tout de suite tenu à rassurer en confirmant que cette proposition n'était pas à l'ordre du jour, c'est tout de même celle qui a le plus interpellé parce qu'elle s'attaquait à l'un des fondements du fonctionnement du système du cinéma français.

Ainsi, dans une tribune publiée dans Le Monde le 3 juillet 2019, intitulée « *La France : le seul pays au monde qui pense avoir trop de cinéma d'auteur !* »[4], les 11 organisations professionnelles et 800 signataires reformulent ce qu'ils retiennent des rapports Magne et Boutonnat :

> « *Au cœur des deux rapports, il y a le même argument central : une politique « nataliste » du cinéma français. Autrement dit : on ferait trop de films en France (237 Films d'Initiative Française en 2018). Avec pour conséquence trop d'éparpillement des investissements et surtout pas assez de rentabilité des œuvres. Il faudrait donc qu'il y ait moins de films. Le rapport insiste sur un chiffre : plus de la moitié des œuvres font moins de 50 000 entrées en salle. Ce serait donc ces films-là qu'il faudrait mettre en question. La majorité de ces films sont du cinéma d'auteur.* »

Il y a là quelque chose d'ordre idéologique qui se joue : une réaction frontale et épidermique d'une partie de la profession face à une prise de parole évidemment politique qui semble illustrer un renversement des priorités d'un système de pensée qui se déplace du culturel vers l'impératif économique. Stéphane Auclaire et William Jehannin, qui

[3] Dominique Boutonnat*, Rapport sur le financement privé de la production et de la distribution cinématographiques et audiovisuelles*, décembre 2018
[4] Tribune, *La France : le seul pays au monde qui pense avoir trop de cinéma d'auteur !*, Le Monde, juillet 2019

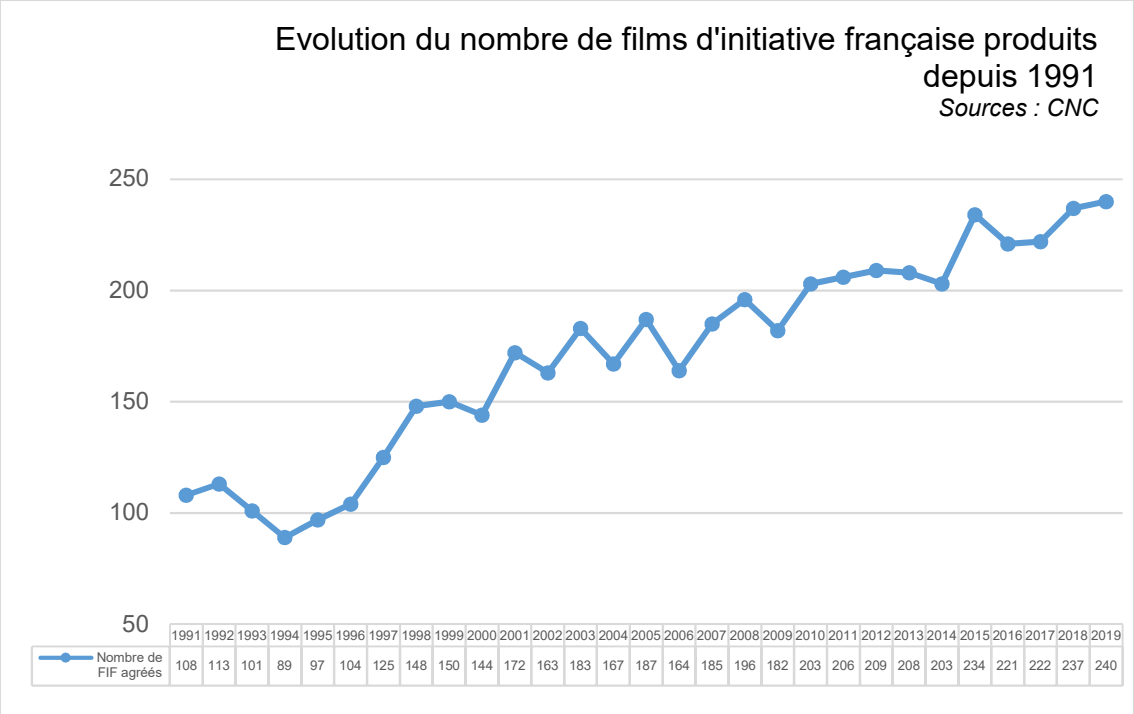
dirigent la société UFO Distribution, estiment que « *le rapport Magne traduit assez bien la tendance comptable et statistique dans laquelle certains voudraient inscrire le cinéma* »[5]. Pour Axelle Ropert, réalisatrice et scénariste, « *C'est une crise spirituelle mise en action par le gouvernement. Il y avait jusqu'à présent un respect de principe de la part de ceux qui nous gouvernent mais ce respect de principe est piétiné avec grossièreté maintenant* »[6]. « *Il est humiliant de dépendre de gens pour qui la culture n'est rien sinon un colifichet de leur pouvoir* »[7], a également tweeté le producteur Saïd Ben Saïd. François Aymé, président de l'AFCAE ajoute que « *si l'on appliquait à la lettre ce principe de rentabilité, il faudrait fermer les bibliothèques, les opéras, les centres culturels, les musées… La raison d'être de l'exception culturelle, c'est justement qu'une œuvre ne se réduit pas à sa dimension commerciale* »[8].

C'est que la question est sujette à polémique car elle porte un discours qui s'attaque à l'idéologie même du système du cinéma français. Car le « trop de films » sous-entendrait en fait un « pas assez de bons films ». Se dessine souvent là une approche nostalgique qui affirme que le cinéma français ne produit pas d'aussi bons films que par le passé et que l'augmentation du volume de production n'a pas permis de faire de meilleurs films, bien au contraire. C'est la charge que porte le journaliste Eric Neuhoff dans son essai *(Très) cher cinéma français*[9], auréolé du prix Renaudot en octobre 2019. Il y a bien souvent derrière ce discours une critique du financement public et de la subvention qui voudrait que, l'argent du contribuable coulant à flots dans les caisses des producteurs français, une certaine paresse, une aversion du risque, un manque d'exigence se soient installés dans le milieu du cinéma français. De manière radicale, c'est tout un discours contre les politiques culturelles, contre l'exception culturelle, contre la dépense publique et contre l'intervention de l'Etat qui découle de cette pensée.

Il est clair qu'au regard du critère du nombre, le cinéma français semble avoir atteint son objectif de diversité. On peut déjà souligner le fait que le nombre de films d'initiative française a plus que doublé depuis le début des années 1990 et qu'il évolue

[5] Jérémie Couston, *Y a-t-il vraiment trop de films français*, Télérama, janvier 2020
[6] Table ronde animée par Thomas Sotinel, *Trop de films en France*, Le Monde Festival, octobre 2019
[7] @saidbensaid66, consulté le 14 juillet 2020
[8] Jérémie Couston, *Ibid.*
[9] Eric Neuhoff, *(Très) cher cinéma français*, Paris, Albin Michel, 2019

de manière assez constante depuis 1994, passant d'un niveau de 89 films produits à 240 en 2019.



La France produit donc beaucoup de films, c'est un fait. Mais quand passe-t-on de « beaucoup », « plus » à « trop » ? Il y a là une appréciation plus relative qui s'installe : il y a certes plus de films, mais s'il y en a trop, c'est qu'il y en a de manière excessive par rapport à d'autres éléments. De ce point de vue, les critères de comparaison ne manquent pas : par rapport aux capacités d'investissements du secteur, par rapport aux capacités matérielles de production, par rapport aux possibilités d'absorption du marché et donc par rapport à la fréquentation, au parc cinématographique, à la taille du marché.

Mais alors, par quoi se justifie une politique culturelle qui porte un tel volume de production ? Il faut rappeler ici quelques caractéristiques structurelles de l'économie du cinéma. Comme la plupart des industries culturelles, l'économie du cinéma est une économie dite « de casino » qui s'appuie sur la production de biens culturels uniques et donc prototypiques[10]. Il y a alors une incertitude inhérente à cette activité : quoi que l'on fasse, on ne peut jamais savoir à l'avance quelle sera la qualité du bien et quel sera son succès auprès des spectateurs. Pour « gagner » il faut donc « jouer », et plus on lance de titres, plus on peut nourrir l'espoir que quelques-uns d'entre eux vont être réussi et vont

[10] Françoise Benhamou, *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 8ème édition, 2017

rencontrer le succès. Il y a donc dans l'économie de cinéma un fort risque d'échec qui peut déstabiliser l'ensemble, d'autant plus qu'il s'agît d'une activité qui nécessite des investissements bien plus élevés que dans les autres industries culturelles. C'est d'abord dans cette perspective que se construit la logique de l'action publique : une économie où les coûts sont élevés et les risques importants ne peut pas compter sur l'intervention libre et spontanée du secteur privé pour se développer. Vu les enjeux de rayonnement culturel international et de *soft power* que représente le secteur du cinéma, les pouvoirs publics organisent donc les leviers de financement économique du secteur dans un souci de protéger la liberté des producteurs et des talents, de créer les conditions de l'ambition artistique et d'encourager la diversité de la création. Ce dernier concept va s'imposer comme l'un des enjeux majeurs de l'action du CNC car, dans une société démocratique, il est le garant de la pluralité des expressions et un frein aux logiques de marché qui limiteraient le risque de l'activité par des stratégies de standardisation. Pour beaucoup, l'augmentation du nombre de films permet de tendre vers cet objectif de diversité culturelle, considérant que plus on produit de films, plus on a de probabilités de voir des œuvres différentes et singulières émerger. Le principe du soutien à « la diversité des formes d'expression et de diffusion cinématographiques » est ainsi consacré par l'ordonnance qui définit les missions du CNC.

Que recouvre alors cette notion de diversité culturelle ? Il est nécessaire d'adopter une approche multidimensionnelle du concept. L'économiste Florence Lévy-Hartmann propose dans un article sur la mesure de la diversité des marchés du film[11] une définition de la diversité inspirée tant des sciences dures que des sciences économiques. Elle croise alors deux analyses. La première, issue de la biologie, définit la diversité comme le degré de concentration d'un nombre d'individus dans différents groupes ou espèces. Elle identifie alors deux indices de la diversité : d'abord la notion de richesse, de variété, donc un critère quantitatif ; ensuite la notion d'équilibre et donc de la plus ou moins égale répartition des individus dans les différents groupes. En effet, avec un fort déséquilibre entre les espèces, certains types prennent le pas sur d'autres et sont en situation de prédation. Ce raisonnement mené dans le domaine des sciences de la vie n'est donc pas sans résonnance avec les réflexions que l'on peut avoir sur la diversité culturelle. La

[11] Florence Lévy-Hartmann, *Une mesure de la diversité des marchés du film en salles et en vidéogrammes en France et en Europe*, Paris, Culture Méthodes, 2011/1 (n°1), 2011

seconde, issue des sciences économiques, s'intéresse à la distance entre les éléments étudiés. C'est alors un critère de disparité qui se dessine, c'est-à-dire de standardisation ou singularité entre les différents biens. Trois dimensions permettent ainsi d'évaluer le niveau de diversité : le nombre d'éléments dans le groupe étudié, les différences d'ordre qualitatif entre eux et l'équilibre entre les différentes catégories au sein de ce groupe. Par ailleurs, dans le contexte des marchés du film, la notion de diversité doit être évaluée à différents points de vue. La diversité de la production (donc de l'offre) est à dissocier de la diversité de la consommation (donc de la demande), tout en prenant en compte les mécanismes de mise sur le marché qui font l'intermédiaire entre les deux (ici, la distribution et l'exploitation cinématographique).

Il est clair qu'au regard de la dimension quantitative de la diversité, le cinéma français fait figure de bon élève. Mais qu'en est-il des autres dimensions quand on sait qu'effectivement, près des deux tiers des productions françaises ne parviennent pas à dépasser 50 000 entrées et que 30% d'entre eux affichent un devis inférieur à 1 million d'euros ? C'est que la « *bonne santé* » du cinéma français, encore assumée par le CNC dans la présentation de son bilan 2018, cache une réalité plus complexe : fréquentation sur les films français qui se concentre et se contracte, diminution du volume de financements, concurrence des plateformes de vidéo à la demande par abonnement, débats sur la chronologie des médias. C'est dans ce contexte tendu qu'émerge un discours aux allures gestionnaires qui cherche à « remettre à plat » les bases du système du cinéma français. Mais balayer d'un revers de la main ces questionnements ne suffit probablement pas. Il convient de s'écarter un temps des oppositions idéologiques en s'emparant de la manière la plus concrète et la plus empirique qu'il soit des termes du débat. Il s'agit alors d'utiliser le prisme de la diversité culturelle, dans toutes ses dimensions, comme outil d'analyse, considérant que celui-ci fait consensus. Nous allons donc nous interroger dans ces lignes sur la manière dont le volume de production a été et est porté et sur les effets de ce phénomène en termes de diversité. Dans quelles mesures l'inflation du nombre de films nuit-t-elle à la diversité de la production comme de la consommation ?

Au prisme des trois dimensions de la diversité culturelle que nous avons soulignées, nous allons donc tâcher de prendre la mesure des causes et des effets de l'augmentation du volume de production de films français. Pour commencer, nous verrons comment l'offre abondante de films peut nuire à leur diffusion en tâchant d'expliquer les mécanismes qui ont abouti à un tel niveau de production au regard des

limites des capacités d'absorption du marché. Nous nous intéresserons ensuite à la manière dont le volume de production a évolué et soulignant que son augmentation n'a pas touché de manière égale toutes les catégories de films. Ce sera l'occasion de réfléchir également aux effets d'un tel niveau de production sur les conditions de conception des films et in fine sur leur qualité. Nous pourrons tirer des conclusions de ce panorama eu égard aux tensions qui agitent le système du cinéma français récemment et qui le poussent vers une plus grande irrationalité. Il conviendra alors de présenter des pistes de réflexions sur les évolutions envisageables du secteur. Ce travail doit s'effectuer en gardant à l'esprit que, dans le souci de protéger la liberté de création et la diversité culturelle, seul le volontarisme des producteurs peut permettre d'éviter la surchauffe. Encore faut-il que l'écosystème global du cinéma français puisse créer un cadre le permettant.

.

PARTIE I – L'augmentation du nombre de films face aux limites de l'absorption du marché

Commençons par mettre en lumière la façon dont l'inflation du nombre de films peut nuire à leur diffusion. Le constat établi par le rapport Magne est incontestable : plus de la moitié des films d'initiative française ne parviennent pas à réunir plus de 50 000 spectateurs en salles. C'est un état de fait clairement insatisfaisant au regard de la diversité de la consommation. On peut acter du fait que tous les films n'ont pas le même public potentiel et que certaines propositions peuvent difficilement prétendre toucher une large audience. Pour autant, la force de ces disparités de fréquentation doit poser question. De prime abord, on peut penser que la quantité de l'offre est supérieure aux capacités d'absorption du marché français et qu'une partie de celle-ci est marginalisée parce qu'elle serait inadaptée à la demande. Mais c'est méconnaitre les mécanismes d'une économie de prototypes que de croire que les spectateurs sanctionnent les films par leur absence. En revanche, le succès d'un film, sans que cela soit automatique, est lié à la façon dont il est mis sur le marché. Il y a donc des enjeux d'exposition et de visibilité des films qu'il convient d'étudier pour comprendre comment l'augmentation du nombre de films les place dans une situation de concurrence accrue où seule une poignée d'entre eux remporte la mise. La tribune des professionnels du cinéma indépendant publiée en réaction au rapport Magne était claire sur la question : « *Le problème n'est pas la surproduction. Le problème est surtout du côté des effets de concentration dans l'exploitation. […] Surexploitation et surexposition de certains films, c'est là qu'est la dérive des dernières années* ».

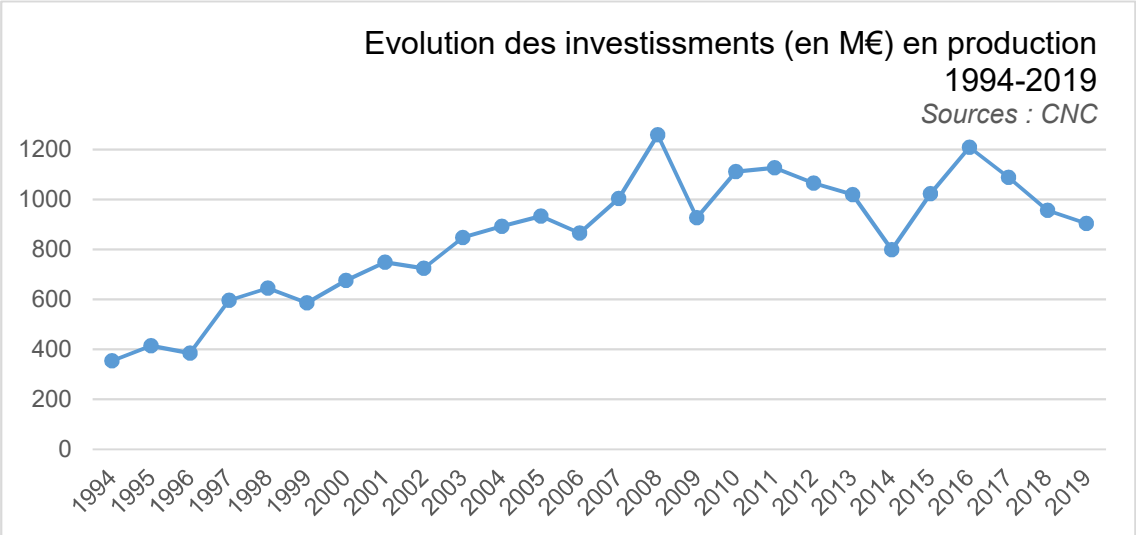
Avant toute chose, nous allons donc chercher à comprendre dans quelle logique et par quels mécanismes le volume de production s'est accru pour atteindre un niveau si élevé en France. Il nous semble effectivement important de saisir que le volume de production est au cœur des enjeux de l'intervention publique dans le secteur du cinéma. Nous verrons ensuite que ce mouvement s'est accompagné d'un accroissement des capacités d'absorption du marché mais que les effets de concentration ont nui à l'exposition correcte des films français et donc aux résultats en salles de nombre d'entre eux. Enfin, en soulignant les tensions récentes du secteur, il conviendra de remettre en perspective la question de la surproduction.

A. Le système du cinéma français a été capable de porter avec succès un nombre très important de productions

Pour commencer, nous allons voir comment les politiques publiques en faveur du cinéma se sont développées avec un objectif de soutien quantitatif à la production, équilibré par des mesures d'ordre qualitatif qui ont permis de soutenir une cinématographie riche et diverse. Ce panorama nous permet de mettre en lumière comment la dimension quantitative a été privilégiée, dans le souci tout à faible louable de limiter l'intervention publique dans la politique éditoriale des créateurs et donc de préserver la liberté de création.

1. Un système qui porte le volume de production par l'accroissement du montant global des investissements

La politique culturelle en faveur du cinéma s'est déployée en trois cercles[12] que nous allons parcourir ici : le système de soutien du CNC, les contributions des diffuseurs et les mesures fiscales. Ces dispositifs, imaginés dans des situations de crise de production et de fréquentation, portent en eux des logiques productivistes et protectionnistes[13] et utilisent le levier de l'investissement afin de soutenir le volume de production. Ce système a permis de porter le montant des investissements en production d'un niveau de 300 millions d'euros au début des années 1990 à 903,4 millions en 2019, en passant par un pic à 1,2 milliards d'euros en 2008.



[12] Jean-Pierre Leclerc, *Réflexions sur le dispositif français de soutien à la production cinématographique*, janvier 2003

[13] Jean-Marc Vernier, *L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire*, Quaderni, n°54, 2004

Le soutien du CNC

Le soutien du CNC est abondé par des taxes affectées qui permettent de prélever une part de la valeur créée par les œuvres de toutes nationalités sur tous les marchés puis de la redistribuer à l'ensemble de la filière cinématographique française, et, dans une moindre mesure, audiovisuelle. C'est un système qui est imaginé après la Seconde Guerre Mondiale, en réaction aux accords Blum-Byrnes qui visent notamment à lever l'embargo sur les films américains en vigueur depuis 1939, donc dans une perspective protectionniste. Il permet alors aux taxes prélevées sur le cinéma américain de financer la création française et européenne.

Le principe de redistribution comporte deux volets. Le premier, qui nous intéresse ici, est celui des aides automatiques, avec une logique industrielle[14]. C'est un système d'épargne forcée. Ainsi, une œuvre qui respecte les critères de nationalité (calculés selon un barème de points) permet à sa société de production de générer du soutien, selon les entrées qu'elle aura engrangées en salles, qui peut être réinvesti dans la production d'une nouvelle œuvre. Sa philosophie est portée par la nécessité de soutenir le secteur de la production cinématographique française comme élément de soft power, de rayonnement culturel, mais aussi comme industrie productrice de valeur ajoutée et de création d'emplois. Sa mécanique est implacable : de manière automatique, produire un film ouvre les possibilités de produire le suivant. C'est un engrenage permettant au volume de production de s'auto-entretenir et qui solidarise les financements d'un film à l'autre.

Ce système fonctionne comme une prime au succès puisqu'il s'alimente en fonction des entrées en salles : plus un film attire le public, plus il génère du soutien pour son producteur qui est en quelques sortes récompensé. Ce sont bien les plus gros succès en termes de fréquentation qui engendre le plus de soutien. Cette logique est donc clairement quantitative et productiviste puisqu'elle pousse au succès commercial[15]. Le système comporte néanmoins un coefficient de dégressivité qui maximise la génération du soutien sur les premières entrées.

[14] Dimitri Veyroglou et Gaël Péton, *La politique française du cinéma au moment du rattachement du Centre national de la cinématographie au ministère des Affaires culturelles, 1957-1962*, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture, 2016
[15] Le Club des 13, *Le milieu n'est plus un pont mais une faille*, Paris, Stock, 2008

Depuis sa création, le CNC n'a eu de cesse de s'adapter aux évolutions des marchés du cinéma et d'élargir son assiette de taxation pour accroître ses capacités financières. Le principe de la T.S.A. (Taxe Spéciale Additionnelle), la taxe sur les billets de cinéma, est ainsi élargie aux revenus des chaînes de télévision à partir de 1984 (TST), puis à ceux des éditeurs de services vidéos à partir de 1996 (TSV). Ces deux taxes évolueront pour s'appliquer aux distributeurs de programmes à partir de 2006 (TST-D, assise sur le produit des abonnements à un ou plusieurs services de télévision ou à une offre comprenant un accès à un réseau de communications électroniques), et donc aux fournisseurs d'accès à Internet à partir de 2011, puis en 2017 aux services de vidéo à la demande par abonnement (dite « taxe Netflix ») et sur les services gratuits (dite « taxe YouTube »).

La contribution des diffuseurs

Ce dispositif naît dans les années 1980 alors marquées par la montée en puissance de la télévision et la généralisation de son usage. Depuis la fin des années 1950 a provoqué une contraction de la fréquentation du cinéma (de 400 millions d'entrées environ à la fin des années 1950 à 190 millions au milieu des années 1980) et donc un ralentissement de la production française qui subit également la concurrence du cinéma américain dont les parts de marché augmentent largement à partir de la fin des années 1970[16]. C'est donc à nouveau une situation de crise qui va amener les pouvoirs publics à innover dans sa stratégie de soutien à la production. Le ministère Lang va s'emparer de la situation en considérant que des mesures doivent être prises pour protéger le secteur cinématographique en tant que lieu de création artistique. Mais il s'agît bien là d'un outil quantitatif porté par les investissements.

On conçoit alors une philosophie du « profiteur payeur ». Les chaînes de télévision profitent amplement des œuvres cinématographiques françaises qui alimentent leurs grilles de programme et qui constituent de vrais produits d'appel, capables de drainer de larges audiences. Le cinéma est alors le programme privilégié des chaînes de télévision. Considérant que c'est grâce à la production de ces films que les chaînes parviennent à faire recette, il va leur être demandé de participer à l'effort de production.

[16] Laurent Creton, *L'économie du cinéma en 50 fiches*, Paris, Armand Colin, 2012

En plus de leur contribution au financement du fonds de soutien, c'est un système d'obligations d'investissement qui est mis en place. Les chaînes hertziennes en clair, dès lors qu'elles diffusent au moins 52 œuvres cinématographiques, doivent consacrer chaque année au moins 3,2 % de leur chiffre d'affaires au développement de la production d'œuvres européennes, dont 2,5 % aux œuvres d'expression originale française, sous forme de préachat de droits de diffusion ou d'apports en coproduction. Par ailleurs, la particularité de Canal +, seule chaîne cryptée à bénéficier d'un canal hertzien, lui impose des obligations spéciales : c'est 20% de ses ressources totales qui doivent être investies dans l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques, dont 12,5% pour les œuvres européennes et 9,5% pour les œuvres d'expression originale française[17].

A partir de sa mise en place par la loi audiovisuelle de 1986, ce système, puisqu'il est lié aux ressources des chaînes de télévision (les revenus publicitaires pour les chaînes privées, les abonnements pour Canal +, la publicité et la redevance télévisuelle pour les chaînes publiques), et donc aux audiences alors en constante augmentation, va créer un appel d'air important[18]. Les chaînes ont besoin de se doter rapidement en films pour remplir leurs cases de diffusion en respectant leurs obligations et les quotas qui en découlent. Mécaniquement, cela va soutenir la production indépendante et faire repartir à la hausse le nombre de films. En effet, les investissements des chaînes gonflent d'un montant autour de 104,4 millions d'euros au début des années 1990 à un pic de 365,6 millions d'euros en 2011. En 20 ans, les investissements des chaînes de télévision vers la production cinématographique française ont ainsi été multipliés par 3,5.

Ce système d'obligations s'est aussi élargi sous l'impulsion du CNC. D'abord, ce sont les chaînes de la TNT qui se sont vu imposer une contribution à la production. En 2019, six chaînes de la TNT investissent dans la production (C8, France 4, RMC Story, TFX, TMC et W9) pour un montant total de 8,4 millions d'euros. Cela reste un financement de complément, généralement pour une deuxième fenêtre de diffusion, puisque les investissements des chaînes de la TNT couvrent en moyenne 3,2% des devis des films qu'elles préachètent en 2019. Surtout, cette contribution est étendue aux services non-linéaires (dont les plateformes de vidéo à la demande par abonnement). Dans

[17] CSA, *Soutenir la production cinématographique,* https://www.csa.fr/Reguler/Promotion-de-la-production-audiovisuelle/Soutenir-la-creation, consulté le 25 mai 2020

[18] Alain Le Diberder, *Rationalité de la production de films français*, https://alain.le-diberder.com/rationalite-de-la-production-de-films-francais/, consulté le 4 avril 2020

ce sens, la directive européenne « Service de médias audiovisuels » (dite SMA) révisée en 2018, prévoit que les Etats membres puissent assujettir à leurs obligations des services établis hors de leur territoire. C'est une bascule importante puisqu'on passe de la logique du pays d'origine à celle du pays de destination, ce qui va donc permettre d'imposer aux plateformes américaines (Netflix en tête) de contribuer à la production dans des conditions minimales prévues par la directive, mais qui peuvent être aménagées par chaque Etat membre lors de sa transposition en droit interne. En France, la transposition tarde à venir mais elle devrait être faite avant la fin de l'année 2020.

Les mesures fiscales

Le troisième volet de la politique publique en faveur de la création cinématographique constitue un ensemble de mesures fiscales spécifiques, directes ou indirectes, qui représentent environ 600 millions d'euros de dépenses fiscales pour l'Etat[19].

Il s'agît d'abord de l'appel à l'investissement privé par la réduction d'impôt. Les Sociétés de financement du cinéma et de l'audiovisuel (SOFICA) ont été créées en juillet 1985, pour apporter un relais financier en anticipant les recettes de commercialisation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques. C'est un système qui fait appel à l'épargne privée par un procédé de défiscalisation pouvant aller jusqu'à 48% de réduction d'impôt sur le montant de l'apport. Cela représente donc un coût pour le budget de l'Etat, ce qui explique que la création et le montant collecté par ces sociétés soit sous le contrôle de la Direction générale des impôts. Le montant des investissements des SOFICA est passé de 19,9 millions d'euros au début en 1985 à 42,85 millions en 2000 pour atteindre 60 millions au milieu des années 2000. Leur poids relatif dans l'économie de la production est donc limité, mais leurs apports se révèlent souvent déterminants pour compléter un plan de financement[20].

Il s'agît enfin du crédit d'impôt « cinéma » (CIC), mis en place depuis le 1er janvier 2004, et qui prévoit une déduction fiscale représentant de 20 à 30 % du montant total des dépenses éligibles, dans la limite de 30 millions d'euros par film. 170 films (161

[19] Dominique Boutonnat*, Rapport sur le financement privé de la production et de la distribution cinématographiques et audiovisuelles*, décembre 2018

[20] Sénat, *Les aides publiques au cinéma en France,* Rapport d'information n° 276 (2002-2003) de MM. Yann GAILLARD et Paul LORIDANT, fait au nom de la commission des finances, mai 2003

en 2017) ont été éligibles à ce dispositif en 2018, la dépense fiscale étant évaluée à 121 millions d'euros. La logique du crédit d'impôt se veut aussi protectionniste car elle est associée à un critère de territorialité des dépenses. Il s'agît de lutter contre la délocalisation des tournages à l'étranger en proposant cet avantage fiscal sur les dépenses effectuées sur le territoire français. Il existe une forme de concurrence internationale entre les différents dispositifs de crédits d'impôt, ce qui a conduit à une réforme de celui-ci en France en 2016.

2. Un système qui soutient la diversité par le fléchage des investissements

Depuis le passage du CNC sous tutelle du Ministère des Affaires Culturelles en 1959, la politique de soutien au cinéma français s'est dotée d'un objectif de renouvellement des talents, d'appui à la diversité et à la qualité des œuvres, en plus de la logique industrielle mise en place avec le système du soutien automatique. Ainsi, différents instruments ont été mis en place pour orienter l'emploi des ressources injectées en production[21].

L'Avance sur recettes

Cela s'est d'abord traduit par l'intervention directe du CNC à travers des dispositifs de soutien sélectif. L'outil le plus emblématique de cette logique qualitative reste bien entendu l'Avance sur recettes. Il s'agît d'une avance remboursable consentie par le président du CNC après avis d'une commission composée de professionnels du milieu culturel. Trois collèges permettent son obtention : le premier est réservé aux premiers films, le deuxième examine les demandes pour les deuxièmes films et au-delà et le dernier est compétent pour les demandes d'avances après réalisation.

C'est par là l'aspect artistique et culturel de la création cinématographique qui cherche à être protégé et développé. On se souviendra de la fameuse formule d'André Malraux : « *Le cinéma est un art ; et par ailleurs, c'est aussi une industrie* »[22]. Elle fonde une conception duale du cinéma français avec une primauté donnée au volet artistique et vient justifier l'intervention publique en faveur du cinéma par une nécessité culturelle.

Pour autant, jusqu'à aujourd'hui, le soutien automatique demeure le moyen d'action privilégié du CNC. Encore en 2019, le montant du soutien généré par le

[21] Jean-Pierre Leclerc, Op. cit.
[22] André Malraux, *Esquisse d'une psychologie du cinéma*, Paris, Gallimard, 1946

mécanisme du Fonds de soutien automatique à la production représentait 83,3 millions d'euros, tandis que les aides sélectives à la création et à la production étaient dotés de 43,2 millions d'euros, dont 25,2 millions pour l'Avance sur recettes. Ne serait-ce que sur les vingt dernières années, on assiste à un gel du montant de l'Avance[23] (22,11 millions d'euros en 2001 ; 21,42 millions d'euros en 2019), alors que les dépenses effectuées par le CNC en faveur du soutien automatique à la production fluctuent avec le marché et augmentent de façon assez régulière (63,32 millions d'euros en 2001 ; 73,20 millions d'euros en 2009 ; 83,30 millions d'euros en 2019).

L'encadrement des investissements privés

De manière plus indirecte, la mise en place de dispositifs d'investissements privés s'est accompagnée de leur encadrement en faveur de la production indépendante et de la cinématographie nationale, avec le même objectif affiché de soutien à la diversité.

Concernant les diffuseurs, il s'agît d'abord d'obligations liées à la diffusion avec des quotas dédiés aux films européens, aux films d'initiative française et aux films dits indépendants[24]. La réglementation permet aux chaînes hertzienne de diffuser jusqu'à 192 films et 52 films « art et essai » par an. Toutes les chaînes doivent réserver au moins 60 % à la diffusion d'œuvres européennes et 40 % à la diffusion d'œuvres françaises, sur le nombre total annuel de diffusions et de rediffusions d'œuvres cinématographiques de longue durée. Pour ce qui est de l'orientation de leurs investissements, les chaînes de télévision doivent consacrer 75% de leurs apports à des œuvres produites par des entreprises réputées indépendantes. Par ailleurs, depuis 2000, Canal + s'engage à soutenir les films à petit ou moyen budget via la « clause de diversité », qui la contraint à opérer 17% de ses investissements dans des films affichant un budget inférieur à 4 millions d'euros. Le principe de cette clause s'est également vu appliqué, dans des proportions différentes, aux autres chaînes payantes auxquelles s'appliquent les obligations d'investissement : Ciné + (28,4% des investissements dans des films au budget inférieur à 5,35 M€) et OCS (30% de investissements dans des films au budget inférieur à 6,5 M€).

De même, la mise en place des SOFICA s'est associée à une orientation de leurs investissements en faveur de la diversité. Pour obtenir l'agrément leur permettant de

[23] Le Club des 13, Op. cit.
[24] CSA, *Les obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques*, https://www.csa.fr/Reguler/Promotion-de-la-production-audiovisuelle/Les-quotas-a-la-television, consulté le 25 mai 2020

collecter des fonds privés auprès du Ministère des Finances, chaque société doit prendre un certain nombre d'engagements d'investissements au profit des premiers films, des films à budget réduit ou encore des films indépendants. Quoi qu'il en soit leurs investissements doivent a minima se diriger pour 35% vers la production indépendante.

Les dispositifs complémentaires

La fin des années 1990 a également été marquée par l'apparition de nouveaux financements publics mais cette fois-ci pas issus de l'Etat. Il s'agit d'abord de subventions mises en place par les collectivités territoriales, et principalement les régions, qui se sont emparées de la compétence culturelle suite aux lois de décentralisation. Néanmoins, le CNC accompagne la structuration de ces aides en prenant en charge une partie de la dépense des régions au titre de conventions signées avec chacune d'entre elles. Il s'agît d'aides accordées de manière sélective selon un critère de territorialité des dépenses : une part importante du montant de l'aide doit être réinvestie sur le territoire de la région. C'est à la fois dans une logique de rayonnement culturel et d'activité économique que les régions interviennent dans le financement de la production[25]. Au total, les investissements des collectivités territoriales sont passées d'un montant total de 7,22 millions d'euros en 2002 à un pic de 23,56 millions en 2008 pour 96 films soutenus.

En parallèle, des systèmes d'aides vont émerger au niveau européen avec le programme MEDIA de la Commission Européenne et Eurimages du Conseil de l'Europe. Il s'agît également de financements de complément, avec des aides conditionnées aux coproductions européennes.

Un système qui semble faire ses preuves

Force est de constater que les différents mécanismes que nous venons d'exposer ont porté leurs fruits. En termes quantitatifs, c'est donc 240 films d'initiative française qui ont obtenu l'agrément en 2019, soit 2,2 fois plus qu'il y a trente ans, avec 108 films produits en 1991. C'est un record en Europe : l'Italie produit aujourd'hui deux fois moins que la France, l'Allemagne maintient un niveau de production à environ 200 titres, en prenant en compte les coproductions minoritaires.

[25] Jean-Pierre Leclerc, Op. cit.

Ce niveau élevé de production permet aux films français de faire se côtoyer un cinéma commercial à succès (en 2019 : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* de Philippe de Chauveron, 6,7 millions d'entrées ou *Nous finirons ensemble* de Guillaume Canet, 2,79 millions d'entrées) avec un cinéma d'auteur reconnu internationalement pour sa qualité (3 Palmes d'Or pour des films d'initiative française depuis 2012) et qui parvient également à attirer en salles (pour 2019, citons *Grâce à Dieu* de François Ozon et ses 900 000 entrées ou *Les invisibles* de Louis-Julien Petit et ses 1,3 millions d'entrées)[26].

De même, il faut reconnaître que le système du cinéma français est favorable à la découverte et au renouvellement des talents. Au-delà des outils en faveur des premiers films que nous avons déjà abordés ci-avant, différents dispositifs ont été mis en place pour aider à l'émergence de nouveaux talents : formations scolaires et universitaires, mécanismes de soutien au court-métrage, résidences d'écritures (souvent à l'initiative des régions ou des festivals), travail associatif, etc[27]. Ainsi, de 33 premiers films réalisés en 1995, on a assisté à une croissance fulgurante de ces productions au cours des années 2000 pour voir leur nombre osciller autour de 70 titres produits chaque année jusqu'à aujourd'hui. Même s'il y avait évidemment un taux de déperdition important lors du passage au deuxième film, ceux-ci ont augmenté de manière concomitante pour atteindre 54 films en 2019 contre 16 produits en 1995.

On compte ainsi trois films français parmi les dernières Caméra d'Or, prix récompensant le meilleur premier film toutes sélections confondues au Festival de Cannes (*Party Girl* de Marie Amachoukeli, Claire Burger et Samuel Theis en 2014 ; *Divines* de Houda Benyamina en 2016 ; *Jeune Femme* de Léonor Serraille en 2017). De même, le César du Meilleur Film a été remporté ces deux dernières années par des premiers films (*Jusqu'à la garde* de Xavier Legrand en 2019 ; *Les Misérables* de Ladj Ly en 2020). Au-delà de ces reconnaissances critiques et symboliques, des premiers films français rencontrent également de beaux succès en salles : pour l'année 2019 qui vient de s'écouler, soulignons notamment les réussites en termes de fréquentation d'*Au nom de la terre* d'Edouard Bergeon (1,9 millions d'entrées), *Le Chant du loup* d'Antonin Baudry (1,5 millions d'entrées) et *Les Misérables* de Ladj Ly (2 millions d'entrées), qui figurent tous les trois dans les dix films français les plus vus de l'année. Dans une économie à haut

[26] Chiffres : Rentrak
[27] Pierre Lescure, *Contributions aux politiques culturelles à l'ère numérique*, Paris, 2013

niveau d'incertitude et avec un fort risque d'échec, ces quelques titres peuvent faire figure d'exceptions mais ils montrent néanmoins la capacité du système à faire émerger de nouveaux talents.

Pour René Bonnell, ces éléments montrent que le système français parvient à soutenir la diversité de la production[28]. Notons que son analyse se situe en des termes purement quantitatifs (« *L'objectif de diversité est atteint : 54 % des œuvres dans les salles sont des premiers ou deuxième films* »). Car la dimension qui domine reste bien celle du nombre, du soutien à l'œuvre et au volume d'œuvres, par l'injection d'investissements, certes orientés, mais toujours plus nombreux.

Ce que nous pouvons retenir à ce stade, c'est la portée nataliste du système de financement du cinéma, qui, pour se protéger des concurrences venues de l'étranger ou d'autres modes de diffusion, a été capable d'innover en soutenant un volume de production important par le levier de l'investissement. Cette dimension quantitative de la politique culturelle au cinéma se justifie tant par la liberté de création (donner des moyens de créer à ceux qui le souhaitent) que par un objectif de diversité culturelle (faire le jeu de la variété par le nombre). Les dispositifs de soutien les plus radicaux sont issus de crises à la fois de fréquentation et de sous-production et, en ce sens, ont prouvé leur efficacité. Cependant, pour justifier une certaine rationalité dans l'accroissement du volume de production, il faut encore que les films mis sur le marché puissent, dans la mesure de leur potentiel, trouver des débouchés.

B. Une offre trop importante ou mal exposée ?

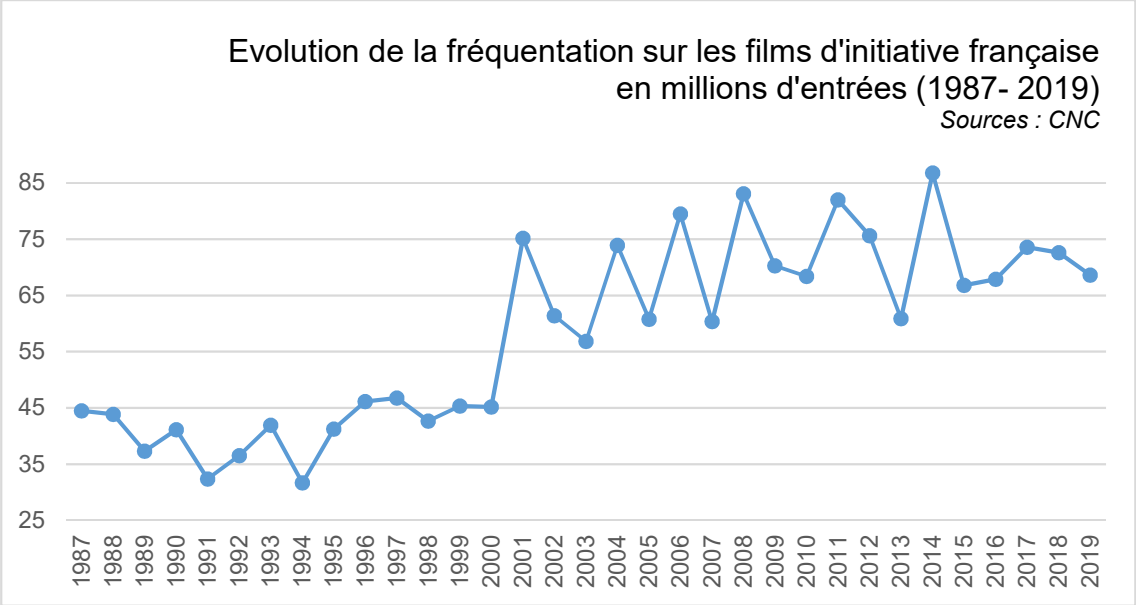
La France produit ainsi des films en grande quantité, et elle en produit de plus en plus, tout en parvenant à soutenir les plus fragiles (par des actions vers les premiers et deuxièmes films et vers les films à petit budget) et les plus ambitieux artistiquement (par des dispositifs de soutien sélectif). Mais jusqu'à quel point cette offre grandissante peut-elle être absorbée ? Considérer qu'il y a « trop de films », c'est souvent envisager un déséquilibre entre le volume de production et les capacités du marché. Pourtant, celles-ci n'ont eu de cesse de s'élargir. Le problème viendrait alors d'une mauvaise exposition d'un grand nombre de titres, au profit de quelques-uns qui bénéficient d'une stratégie de

[28] René Bonnell, *Le financement de la production et de la distribution cinématographiques à l'heure du numérique*, rapport du CNC, décembre 2013

surexploitation. Si cette hypothèse semble se vérifier, elle n'est pour autant pas sans lien avec l'inflation du nombre de films qui pousse à une concurrence accrue entre les œuvres.

1. *L'augmentation du volume de production s'est accompagnée d'un accroissement des capacités d'absorption du marché*

Notons d'abord que le volume d'entrées sur les films d'initiative française a largement augmenté depuis 30 ans. En effet, alors qu'au début des années 1990 les films français peinaient à réunir 40 millions d'entrées, le marché du film français en salles aujourd'hui parvient à drainer plus de 70 millions d'entrées chaque année, avec des pics au-delà de 80 millions. Un tel niveau d'entrées sur le cinéma national est une situation exceptionnelle en Europe, nos voisins Allemands, Italiens, Espagnols et dans une moindre mesure Britanniques, voyant leurs niveau d'entrées en salles s'effriter d'année en année[29].



Portée à partir des années 1990 par la modernisation du parc d'exploitation cinématographique et le développement des multiplexes qui permettent de toucher une population plus large[30], la hausse de la fréquentation a accompagné l'augmentation du volume de production. Dans un article intitulé « *Rationalité de la production de films français* »[31], Alain Le Diberder propose de vérifier l'hypothèse d'une corrélation entre le niveau d'entrées sur les films français et le volume de production national en émettant la

[29] Dominique Boutonnat, Op. cit.
[30] Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin, 2005
[31] Alain Le Diberder, Op. cit.

double supposition qu'une forte fréquentation des films français peut entraîner une augmentation de la production et, dans le même temps, qu'une augmentation de la production peut provoquer une hausse de la fréquentation globale de ces films. Il teste la première hypothèse en comparant d'abord le nombre de films produits une année n et le nombre d'entrées des films français l'année suivante, supposant un décalage d'une année entre la cause et son effet. Son analyse s'opère à long terme, en étudiant les 35 dernières années. Il note qu'il y a en effet une corrélation à long terme entre le volume de production et le nombre d'entrées engrangées l'année suivante, concluant ainsi que l'accroissement du nombre de films français s'est accompagnée d'une augmentation rationnelle du nombre d'entrées sur ces films. Pour tester sa deuxième hypothèse, il envisage la question dans l'autre sens : quel impact une variation de la fréquentation a-t-elle sur la production de l'année suivante ? Il observe que, malgré de fortes variations d'une année sur l'autre – le cinéma français allant de hit en hit (*Jean de Florette* en 1986, *Amélie Poulain* en 2001, *Bienvenue chez les Ch'tis* en 2008, *Intouchables* en 2011) – il y a bien un effet de l'augmentation de la fréquentation sur le volume de production. Alain Le Diberder conclut donc à une évolution rationnelle du volume de production par rapport à celle des entrées :

> « *En ce qui concerne le nombre de films produits il est alors clair qu'il n'est pas décorrélé de la fréquentation. En une trentaine d'années le cinéma français est passé d'un équilibre autour de 100 films produits pour 45 millions d'entrées à un autre autour de 215 films produits pour 75 millions d'entrées. C'est incontestablement un progrès.* »[32]

Notons également que l'augmentation du nombre d'entrées s'est accompagnée d'un élargissement important du public : en 2019, 43,3 millions de français sont allés au moins une fois au cinéma, soit 68,8% de la population, contre 30,8 millions en 1997, soit 51,6%. Les capacités d'absorption du marché ont donc augmenté, permettant au volume de films français de disposer d'une plus grande assise pour rencontrer le public.

De plus, le maillage territorial de l'exploitation en France est déjà très important et arrive à maturité, autour de 2 000 établissements. Pourtant, la part des multiplexes augmente : on en dénombrait 120 en 2000, on en compte 226 en 2018. Cela a un impact

[32] Alain Le Diberder, Op. cit.

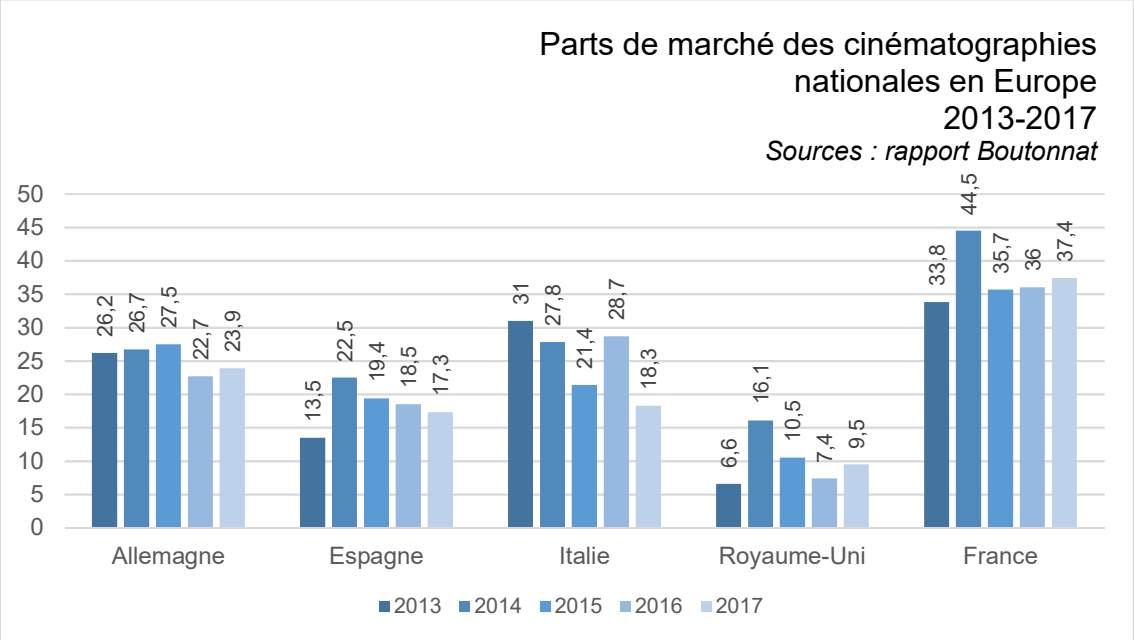
sur le nombre d'écrans disponibles et donc sur le potentiel d'exposition des films. En effet, le fait est qu'après plusieurs années de stagnation, le nombre d'écrans est reparti à la hausse depuis 2012 pour atteindre un total de 6 114 en 2019 et la dynamique semble aller dans le sens d'une poursuite, voire d'une accélération de cette hausse. Le levier du nombre de séances est également activé pour offrir aux productions un potentiel d'exposition suffisant. En 2019, la programmation cinématographique dépasse pour la quatrième année consécutive le seuil des 8 millions de séances. 8,6 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma en 2019 (+1,4 % par rapport à 2018). Sur la période 2010-2019, le nombre de séances progresse de 25,2 %. La vitalité de l'exploitation française est donc une perspective plutôt réjouissante quant à l'absorption d'une offre toujours plus abondante de films en salles. Elle ne doit pas pour autant occulter le fait que le volume de production augmente bien plus rapidement que le parc cinématographique ne s'élargit[33].

Considérant qu'une exposition satisfaisante nécessite 4 semaines et 100 copies, le rapport Leclerc évalue les capacités d'absorption du parc cinématographique, si chacun des films bénéficiait d'une sortie dans ces mêmes conditions[34]. La France compte 6 114 écrans, soit, pour 52 semaines exploitables, 317 928 écrans-semaine. Si l'on reprend le raisonnement de Leclerc, il faut, pour exposer les 326 films d'initiative française, 130 400 écrans-semaine, soit 41 % du potentiel. Si l'on suppose que l'ensemble des 746 films qui sont sortis en première exclusivité en France sont exposés dans les mêmes conditions, 93% du potentiel est utilisé. En renversant le raisonnement, on peut considérer qu'un tissu d'écrans aussi dense permet d'exposer correctement jusqu'à 795 films.

Il faut également noter que le cinéma national en France parvient toujours à s'octroyer des parts de marché importante face au cinéma américain. Force est de constater que ce n'est pas le cas des cinématographies de nos voisins européens qui ont plus de difficultés à résister. Ainsi, là où le cinéma français se hisse entre 34% et 45% de parts de marchés selon les années au cours de la décennie écoulée, le part de marché du cinéma allemand s'établit environ à 25%, celle du cinéma espagnol sur le territoire national à moins de 20% et celle du cinéma italien diminue d'année en année (18% en

[33] Pierre Kopp, *Le cinéma à l'épreuve des phénomènes de concentration*, Centre d'Economie de la Sorbonne, juin 2016
[34] Jean-Pierre Leclerc, Op. cit.

2017)[35]. La situation britannique est particulière : un certain nombre de films britanniques sont portés par des investissements des studios américains et captent à eux seuls 27,9% de parts du marché national. La part de marché des films britanniques dont les décisions de production sont issues de sociétés nationales ne représente, elle, pas plus de 10%. Les films français font donc figure d'exception dans le paysage cinématographique européen.



2. *La tendance à la concentration des entrées*

Ceci étant dit, on assiste à un phénomène de concentration des entrées particulièrement marqué pour les films français[36]. En 2018, les dix films d'initiative française qui ont rassemblé le plus de spectateurs captent 40,2% des entrées totales des films français. Sur la décennie, ce taux de concentration des entrées s'évalue chaque année à 37,7% en moyenne pour les films français, mais à 23% pour l'ensemble des films. Le fait est qu'avec un tel volume de production, plus de la moitié des films d'initiative française ne parviennent pas à réunir plus de 50 000 spectateurs. Selon Etienne Ollagnier, président de la société Jour 2 Fête et coprésident du Syndicat des Distributeurs Indépendants, on peut envisager que « *50 000 ventes, c'est un disque d'or. Si on considère*

[35] Dominique Boutonnat, Op. cit.
[36] Emmanuel Ethis, Op. cit.

qu'on est 'film d'or' à 50 000 entrées, on verrait différemment nos sorties… »[37]. Cependant, ce qui peut inquiéter, c'est la disparité entre les films et le manque d'équilibre dans la consommation, qui est une véritable menace pour la diversité car cela risque d'uniformiser les goûts.

L'économiste de la culture Françoise Benhamou identifie la tendance à la concentration de la consommation comme une caractéristique commune à toutes les industries culturelles[38]. Il s'agît pour elle de la manifestation des comportements des consommateurs en situation d'incertitude. La particularité économique des industries culturelles et notamment du cinéma est bien entendu son aspect prototypique : chaque bien produit est différent et seule l'expérience du bien permet au consommateur d'en apprécier la qualité. Le consommateur va donc mettre en place différentes stratégies pour minimiser le risque inhérent à la consommation d'un bien culturel (il dépense sans avoir la certitude de maximiser sa satisfaction). Françoise Benhamou les identifie au nombre de trois : le recours à des experts (presse spécialisée, prix en festival, émissions spécialisées à la télévision), le repérage des fondamentaux (sujet, nom d'un comédien ou dans une moindre mesure d'un réalisateur, le but étant de minimiser son risque en allant vers des films similaires à ceux déjà connus) et la confiance au plus grand nombre (si beaucoup de gens vont le voir et en parlent, le film n'est sans doute pas mauvais).

Dans la situation actuelle, il semble que les deux dernières stratégies aient pris le pas sur la première. Les leaders d'opinion et prescripteurs se sont affaiblis depuis quelques années : les émissions spécialisées à la télévision ont fait place à la promotion dans les émissions de divertissement, sorte de publicité qui ne dit pas son nom pour des films financés par ces mêmes chaînes, et la presse écrite a fait place à la critique des spectateurs sur Internet et les réseaux sociaux, dans un contexte de quasi-défiance envers ce qui peut s'apparenter à un discours légitimé et élitiste. Surtout, l'abondance de l'offre rend difficile le repérage des fondamentaux et tend à toujours plus simplifier la lecture du consommateur. Dans un environnement surchargé de propositions, il devient très chronophage pour le consommateur de s'informer sur chacun des biens proposé chaque semaine, surtout lorsqu'on sait qu'en moyenne un spectateur n'ira voir que cinq films par

[37] Table ronde du Congrès de la Fédération Nationale des Cinémas Français*, L'inflation du nombre de films nuit-elle à leur diffusion ?*, Deauville, 25 septembre 2019
[38] Table ronde organisée par le Groupement National des Cinémas de Recherche, *De l'art à la culture, de la culture à la consommation*, Intervention de Françoise Benhamou, Angers, 26 janvier 2007

an. En conséquence, la confiance au plus grand nombre devient une solution de minimisation du risque de premier rang car c'est celle qui requiert le moins de temps et d'investissement pour le consommateur.

3. Les problèmes d'exposition des films en salles

Si la concentration des entrées peut s'expliquer par les comportements naturels des consommateurs en situation d'incertitudes, mais aussi par les disparités des films en termes de potentiel d'entrées, il faut également souligner le rôle majeur que joue la mise sur le marché des œuvres. L'offre abondante de films crée une concurrence accrue entre les titres et qui aboutit à une bataille pour la visibilité.

La rotation accélérée des films en salles

La première limite, et la plus objective, à une exposition correcte d'un nombre toujours plus important de films est celle du temps. Quoi que l'on en veuille, le nombre de semaines par an est une donnée à laquelle il faut bien sûr se plier. Le fait est qu'avec 504 films sortis en première exclusivité sur les écrans en 2001, dont 183 films français, contre 746 en 2019 dont 326 films d'initiative française, on est passé en 18 ans d'une situation où en moyenne 9 nouveautés sortaient en salles chaque semaine, dont moins de 4 films français, à un nombre moyen de plus de 14 sorties par semaine dont plus de 6 FIF.

Dans le contexte d'une offre croissante de sorties de films en salles, cette limite de temps implique mécaniquement ce que l'on appelle une accélération du turn-over[39]. Dire que d'année en année, le nombre de sorties hebdomadaires augmente, c'est aussi dire que chaque semaine il faut faire de la place à ces nouveautés. La logique est imparable : pour qu'une nouveauté puisse être programmée dans une salle, il faut déprogrammer un film sorti précédemment. Avec l'augmentation du nombre de films, il devient plus difficile pour les exploitants de maintenir les films à l'affiche dans la durée car ils ont besoin de nouveautés pour attirer le public. C'est parfois un dilemme : déprogrammer c'est ne pas laisser sa chance à un film de profiter du bouche à oreille ; refuser de programmer une nouveauté c'est l'empêcher totalement de faire ses preuves. C'est la durée de vie des films en salles qui s'en retrouve directement impactée, avec un temps toujours plus réduit pour espérer toucher le public.

[39] Le Club des 13, *Op. cit.*

Cet état de fait (plus de film donc plus de concurrence) entretient les fortes disparités de fréquentation sur les films. Cela incite les plus gros distributeurs à mettre en place des sorties sur de larges combinaisons avec des campagnes promotionnelles très importantes pour maximiser les entrées sur les premiers jours d'exploitation. Les films qui ne peuvent pas bénéficier de tels plans de sortie peuvent être brutalement invisibilisés et, ne parvenant pas à réunir suffisamment rapidement de public, déprogrammé par les exploitants qui leur préfèreront une nouveauté potentiellement plus attractive. C'est donc un véritable cercle vicieux aux dépens des productions pour lesquelles la salle constitue généralement le meilleur lieu de rentabilité[40].

La stratégie de l'offre saturante

Néanmoins, le phénomène de concentration des entrées est une situation auto-entretenue par les comportements adoptés par certains distributeurs qui, anticipant les difficultés rencontrées par les consommateurs pour effectuer un choix dans un environnement chargé, vont mettre en place des stratégies dites d'offre saturante afin de « *restreindre l'étendue du choix en limitant le nombre d'offres réellement examinées* »[41]. En effet, les mécanismes de fixation des prix étant particulièrement rigides dans le secteur de l'exploitation cinématographique, la question de la visibilité et donc de l'exposition devient centrale aux yeux des distributeurs pour que leurs films puissent espérer rencontrer leur public. Le volume de production s'accroissant, la concurrence entre les films s'intensifie naturellement et la bataille pour la visibilité s'accélère. Avec un tel niveau d'offre le premier enjeu pour les distributeurs est de parvenir ne serait-ce qu'à faire exister le film dans les esprits. L'abondance de films mis sur le marché accélérant la rotation en salles et diminuant leur durée de vie en salles, il est devenu capital de maximiser les entrées dès les premiers jours de l'exploitation. Deux outils sont utilisés dans ce sens : le nombre de copies et la promotion.

La surdimension des campagnes promotionnelles s'apparente à un phénomène de fuite en avant dans la bataille pour la visibilité : il faut toujours être plus visible, mieux identifié que les autres, ce qui tire encore plus vers le haut les frais de sorties. Même si depuis dix ans, les coûts moyens de distribution ont tendance à stagner, voire à diminuer,

[40] Pierre Kopp, *Op. cit.*
[41] Sénat, *Les aides publiques au cinéma en France*, Rapport d'information n° 276 (2002-2003) de MM. Yann GAILLARD et Paul LORIDANT, fait au nom de la commission des finances, mai 2003

du fait des grandes difficultés financières que traverse le secteur, force est de constater que la part des achats d'espace dans ces coûts a largement augmenté depuis le début des années 2000. Alors que ces frais représentaient 44% des coûts de distribution en 2004, la barre des 50% a été franchie en 2015 pour atteindre les 54% en 2018. Il faut également souligner que de grandes disparités persistent entre les distributeurs. Les plus gros distributeurs, ceux affiliés à une chaîne de télévision ou un groupe d'exploitation, ont tout intérêt à miser gros car ils peuvent gagner beaucoup en cas de succès mais limiter les pertes en cas d'échec grâce aux autres films et aux autres exploitations. Les distributeurs indépendants peuvent tenter de jouer le jeu de cette surenchère, mais en cas d'échec les pertes peuvent être très lourdes. Les plus petits distributeurs ne peuvent pas se le permettre, ils peuvent éventuellement tirer leur épingle du jeu avec des sorties très spécifiques mais semblent cantonnés à la marginalité[42].

Pour profiter au maximum de ces campagnes promotionnelles massives, les exploitants, de toutes catégories, cherchent généralement à obtenir une copie des films concernés dès la première semaine d'exploitation. Ainsi, on assiste depuis le début des années 2000 à une inflation importante du nombre de copies, renforcée par la baisse des coûts de tirage, elle-même induite par le passage au numérique, et qui peut potentiellement s'accélérer avec la fin des VPF[43]. Notons d'ailleurs l'effet de l'activité des distributeurs adossés aux chaînes de télévision, dont les films représentent 10% des sorties, mais 23% des copies.

L'augmentation du nombre de copies à plusieurs impacts. D'abord, elle participe à l'engorgement des salles autant, voire plus, que l'augmentation du nombre de films et a donc un impact sur l'accélération du turn over et la diminution de la durée de vie des films en salles. Ensuite, elle participe à l'accroissement de la concentration des entrées sur certains titres et donc à la détérioration de la diversité de la consommation. En invisibilisant les films qui ne peuvent se permettre de tels plans de sortie, et en s'appuyant sur la nécessité qu'ont les exploitants à programmer des films capables de drainer un nombre important d'entrées, on déporte un peu plus à la marge d'autres films qui peinent à avoir accès aux salles, qui sont rapidement déprogrammés et qui, fatalement, ne peuvent pas trouver leur public. Il y a donc de véritables disparités entre un certain nombre de

[42] Le Club des 13, *Op. cit.*
[43] Pierre Kopp, *Op. cit.*

films distribués sur de grandes combinaisons de copies et qui noient le marché et de nombreux titres qui peinent à accéder aux salles et sont distribués sur de très petites combinaisons qui ne leur permettent pas de rencontrer leur public et qui sont déprogrammés rapidement, justement parce qu'ils ne parviennent pas à attirer des spectateurs. Cela participe évidemment à accentuer la concentration des entrées.

Par ailleurs, cette stratégie de l'offre saturante impacte évidemment les programmations qui tendent à s'uniformiser. D'un côté, les grands circuits d'exploitation, et les multiplexes de manière générale, cherchent tous à obtenir les mêmes films en première semaine d'exploitation pour profiter des effets des campagnes promotionnelles et maximiser leurs recettes et notamment leurs marges arrières (notamment la confiserie). Ayant, pour certains, recours à l'abonnement pour attirer et fidéliser le public assidu, généralement plus propice à s'orienter vers la petite et moyenne exploitation, ils ont également besoin d'une offre diversifiée et renouvelée. Cela s'est traduit par une pratique généralisée de la multiprogrammation (plusieurs films projetés sur le même écran dans la même semaine d'exploitation) et de la multidiffusion (un même film projeté sur plusieurs écrans du même établissement)[44]. Or, la multidiffusion et la multiprogrammation ont tendance à accentuer les déséquilibres entre les films puisque ces pratiques jouent sur l'exposition des films. Un film considéré comme ayant un gros potentiel commercial sera multidiffusé tandis que certains films considérés comme plus risqués devront se partager un même écran. Cela permet aux exploitants d'honorer leurs engagements de diffusion pris auprès du CNC tout en les contournant.

Ils participent donc à l'accélération de la rotation des films et dépossèdent les salles indépendantes de leur produit d'appel, à savoir les films d'auteur les plus porteurs. Donc de l'autre côté, les salles indépendantes doivent elles aussi programmer les films les plus exposés pour pallier leurs difficultés financières en attirant suffisamment de public. Il en résulte que, de plus en plus, les exploitants ne se distinguent plus par leurs choix originaux de programmation.

Ces éléments pourraient mener à penser qu'aux vues des capacités d'absorption du marché, il n'y a pas de déséquilibre entre le volume de production et ses débouchés. Il n'y aurait pas de crise de surproduction mais un problème de surexposition de certains

[44] René Bonnell, *Op. cit.*

titres, poussé par les stratégies de certains distributeurs et exploitants qui cherchent à maximiser leurs recettes, et qui ont les moyens de le faire. Pour autant, l'évolution récente du secteur vient relancer les interrogations sur la surproduction des films français.

C. Une phase irrationnelle qui menace la stabilité du secteur ?

La situation que nous avons exposée semble avoir une certaine assise empirique sur le temps long. Néanmoins, il faut prendre en compte certaines évolutions récentes du marché qui semble venir légitimer l'hypothèse d'une crise de surproduction du cinéma français. En effet, tandis que le nombre de films continue d'augmenter, les investissements en production ont entamé une phase de contraction depuis plus de dix ans maintenant et, fait plus récent, la fréquentation sur les films français affiche une tendance à la stagnation, avec un fort risque d'effritement. Cela pèse sur la rentabilité des films et, si la situation s'aggrave, menace d'ébranler la relative stabilité de tout le secteur.

1. La baisse du montant global des investissements

On l'a vu, l'augmentation du volume de production de films français est due à un système d'obligations et d'entraînement, alimenté par l'accroissement du volume global de financement. Il semblait donc rationnel de voir augmenter le nombre de films avec le montant des investissements dans une mécanique d'auto-entraînement croissante. Cependant, on assiste depuis 2008 à une tendance à la baisse du montant des investissements.

Les ressources issues des chaînes de télévision sont celles qui subissent la baisse la plus remarquable. La contribution des chaînes à la production cinématographique avait atteint 365,6 millions d'euros en 2011 a baissé de 28% en 8 ans pour atteindre 263,2 millions d'euros en 2019. Leur contribution étant assise sur leur chiffre d'affaire, elle est évidemment sensible aux fluctuations du secteur, qui subit un effritement de ses ressources publicitaires et d'abonnement (pour Canal +) du fait de la concurrence des chaînes de la TNT et des services de VOD par abonnement (Netflix en tête)[45].

Le soutien du CNC tend lui à stagner, principalement du fait de la baisse de la contribution des éditeurs et distributeurs de services télévisés, compensée par la hausse des recettes des autres taxes. Ainsi, en 2019, la taxe sur les prix des billets de cinéma

[45] Dominique Boutonnat, Op. cit.

(TSA) a représenté 23 % (154,4 M€) des recettes du compte de soutien, la contribution des éditeurs et distributeurs de services audiovisuels (TST-E et TST-D) 72% (492,4 M€) et la taxe vidéo et VàD 5% (34,2 M€). Il faut noter que les deux taxes « Netflix » et « Youtube » entrées en vigueur au 1er janviers 2018 ont rapidement porté leur fruit et portent une progression rapide de la TSV (+33,1 %) par rapport à 2018).

Les ressources issues des mandats vidéos s'amenuisent aussi largement. Le pic est atteint en 2005 avec 31,26 millions d'euros injectés dans le financement au titre des mandats accordés par les éditeurs vidéos (une valeur qui ne prend pas en compte les mandats accordés également pour une exploitation en salles), pour passer sous la barre de 1 million d'euros en 2019. C'est évidemment lié à l'effondrement du marché de la vidéo physique qui a subi de plein fouet les effets du piratage et des modifications des modes de consommations, sans que les services de vidéo à la demande ne parviennent à prendre le relai.

Les financements privés liés à un avantage fiscal ont également diminué de manière récente : l'enveloppe des SOFICA est plafonnée autour de 60 millions d'euros par an depuis 2005 ; surtout, l'apport que constituaient les fonds TEPA d'investissement dans la production (environ 40 millions d'euros par an), a cessé en 2018, ces fonds étant alimentés par l'impôt sur la fortune qui a été supprimé.

Certains financements publics ont augmenté (financements émanant des régions, relèvement des taux et des seuils du crédit d'impôt en 2016) mais de manière bien moins importante.

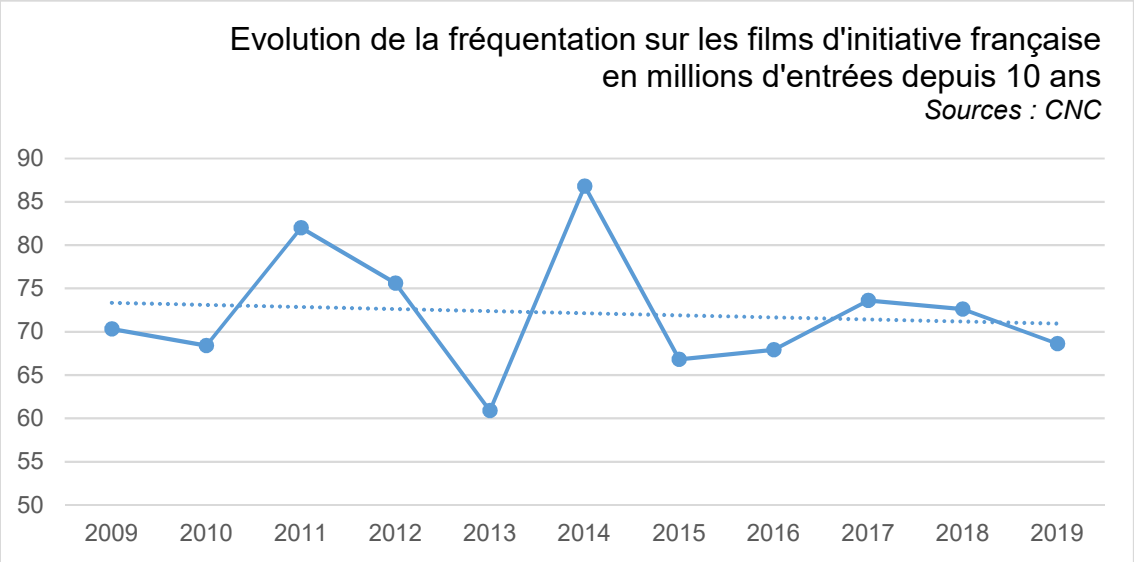
Ainsi, après avoir atteint un pic de 1,2 milliards d'euros investis dans la production cinématographique en 2008, les ressources de financement ont entamé un mouvement de contraction pour atteindre 903,4 millions d'euros en 2019, le niveau le plus bas depuis 2006. Pour autant, le nombre de films continue d'augmenter, phénomène qui peut sembler irrationnel mais que nous tâcherons d'éclairer en deuxième partie.

2. La contraction de la fréquentation sur les films français

Par ailleurs, il est important d'apporter une nuance à l'analyse d'Alain Le Diberder : sur les quinze dernières années, la corrélation qu'il relève est moins bonne. Le volume de production de films français tend à se déconnecter de l'évolution des entrées sur ces films. Ainsi, lorsque l'on compare l'évolution du nombre d'entrées sur les FIF et

le nombre de films produits, on remarque que les entrées évoluent de manière bien moins régulière et que l'augmentation est bien moins rapide que celle du volume de production. En effet, alors que 183 films d'initiative française sont sortis en salles en 2002, l'année 2019 constitue un record avec 326 FIF projetés en première exclusivité sur les écrans. Dans le même temps, les FIF ont engendré 61,4 millions d'entrées en 2002 contre 68,6 en 2019. Sur cette période, le nombre de films connait des variations d'une année sur l'autre, mais il est marqué par une tendance à l'augmentation régulière. Les entrées, elles, oscillent largement entre 56 millions en 2003 et 86,8 millions en 2014, sans qu'une véritable tendance à la hausse puisse se dessiner.

En lissant la fréquentation des films français sur 3 ans pour mieux dégager des tendances, on observe effectivement qu'on est passé d'une fréquentation sur les films français qui s'établissait autour de 60 millions d'entrées au début des années 2000 à un niveau d'environ 75 millions au tournant des années 2010. Mais depuis, malgré évidemment certaines années exceptionnelles, comme 2014 avec une fréquentation de 86,8 millions d'entrées sur les FIF, portée notamment par *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* (12,34 millions d'entrées), la tendance est à la stagnation voire à un décrochage des entrées sur les films français : la fréquentation en 2018 sur les FIF a atteint 72,6 millions d'entrées, mais elle avait déjà atteint 75,6 millions d'entrées en 2012 ; surtout, elle paraît particulièrement stable autour de 70 millions d'entrées depuis 2015.



La population cinématographique, c'est-à-dire l'ensemble des individus de plus de trois ans étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année, marque aussi le pas : en valeur, elle continue d'augmenter (+ 1 million de spectateurs depuis 2015) mais en

proportion de la population française, elle oscille autour de 68% après une phase d'augmentation constante jusqu'à 2011.

C'est donc que les capacités d'absorption du marché du film en salles tendent à se stabiliser, voire à se réduire, alors même que l'offre de films ne cesse de s'accroitre, avec les effets que nous avons déjà identifiés en termes d'exposition. Quand bien même des mesures puissent être prises pour opérer à des rééquilibrages dans l'accès des films aux salles, celles-ci ne pourront pas permettre à un nombre toujours plus important de films de rencontrer leur public si celui-ci se réduit dans le même temps. Or, un secteur aussi coûteux que celui de la production cinématographique a besoin de solliciter une certaine masse d'entrées pour pouvoir espérer s'amortir. C'est donc la question de la rentabilité des films qui est en jeu et, à termes, celle de la stabilité du secteur.

3. Un poids sur la rentabilité des films

Il convient de bien préciser la notion de rentabilité qui est souvent manipulée de manière tronquée, partielle voire erronée. Tous les ans, le magazine professionnel *Le Films Français* publie un classement de la rentabilité des films d'initiative française. La rentabilité y est calculée comme un rapport entre les recettes (définies comme la recette brute distributeur et le montant du fonds de soutien automatique alloué au producteur) et le budget prévisionnel annoncé au CNC lors de la procédure d'agrément des investissements. C'est de toute évidence une mesure très schématique du taux d'amortissement, le magazine reconnaissant que ce taux « *ne permet pas de déterminer les gains réels des producteurs sur la salle* ». Selon le classement de 2018, seuls deux films seraient parvenus à dépasser le taux de 100% de rentabilité : *L'amour flou* de Romane Bohringer et Philippe Rebbot qui a réuni 194 356 spectateurs pour un budget de 437 000 euros, et *Les Tuches 3* d'Olivier Baroux qui a accumulé plus de 5,6 millions d'entrées pour un budget de 13 millions d'euros[46].

Bertrand Bonello, réalisateur coprésident de la Société des Réalisateurs de Films, s'insurgeait récemment contre l'évaluation de l'hebdomadaire : « *Parler de rentabilité des films comme le fait* Le Film Français *en divisant le coût d'un film par le nombre*

[46] Sarah Drouhaud, *Quels ont été les films les plus rentables en salle en 2018 ?*, Paris, Le Film Français, 15 février 2019

d'entrées qu'il a réalisé en France, c'est scandaleux ! »[47]. En effet, comme le rappelait Frédérique Bredin en 2018, alors qu'elle était présidente du CNC : « *Quarante pour cent des recettes des films français sont réalisés un an après leur sortie. Quatre-vingts pour cent des 221 titres français sortis en salles il y a dix ans, en 2009, font encore l'objet d'une exploitation commerciale et génèrent encore des recettes (en DVD, Vidéo à la demande ou SVOD). Il est donc totalement erroné d'examiner l'analyse de l'amortissement des films à la seule lumière de leur résultat en salles au cours de leur première année*. »[48] Il faut donc apprécier la rentabilité d'un film sur le temps long, en prenant en compte toutes les exploitations qui permettent de générer des recettes : la salle, bien sûr, mais aussi la vidéo (physique ou à la demande), les ventes télévisuelles et les ventes internationales.

De plus, la notion de rentabilité n'est pas la même pour tous les acteurs qui investissent dans la filière. La question ne recouvre pas tout à fait les mêmes enjeux pour un producteur et un distributeur, notamment. Nous nous limiterons donc ici à envisager ce que René Bonnell appelle le solde net de production qui « *permet d'évaluer le recouvrement par les recettes d'exploitation du risque économique engagé pour la fabrication d'un film d'initiative française.* »[49] Il s'agit en fait de comparer les coûts de production du film au total des recettes générées pour les producteurs investisseurs, entendus comme tous les investisseurs intéressés aux recettes.

Pour ce faire, il faut d'abord évaluer non pas le coût global du film, encore moins le devis prévisionnel présenté à la commission d'agrément, mais la part du coût qui doit être amortie. On considère alors le coût final d'un film auquel on retire les frais de production (rémunération producteur, frais généraux, imprévus) et les soutiens financiers (aides européennes, aides régionales, crédit d'impôt, soutiens automatique et sélectif du CNC). On a alors un reste à financer qui va être couvert de plusieurs manières : d'abord par les mandats (salles, vidéo, étranger) et par les préachats des chaînes de télévision, ensuite par les recettes nettes sur les différents support d'exploitation. Ces recettes nettes sont constituées des encaissements des distributeurs salles, des recettes des éditeurs vidéo et VOD, des recettes d'exportations et des ventes télévisuelles auxquelles il faut retirer

[47] *Quel avenir pour le cinéma français ? Trente personnalités du cinéma répondent*, Papiers, la revue de France Culture, n°32, Paris, mars 2020
[48] Céline Rouden, *La rentabilité es films français en question*, La Croix, Paris, mars 2019
[49] René Bonnell, *L'économie des films français*, Les études du CNC, Paris, décembre 2013

les frais, commissions et minima garantis. Il faut enfin prendre en compte l'obtention d'une éventuelle avance sur recettes après réalisation de la part du CNC.

La première analyse d'ampleur sur ce solde net de production est donc menée par René Bonnell en 2013 sur un corpus de 619 films d'initiative française sortis en salles entre 2004 et 2007. Son étude lui permet d'évaluer un léger déficit à -81,4 M€, avec 209 films pour lesquels le solde net de production est positif (371,0 M€) et 410 films pour lesquels il apparaît négatif (-452,3 M€). Bonnell souligne deux éléments qui doivent venir nuancer ce résultat. D'abord, pour chaque producteur, la mutualisation des pertes comme des succès permet de maintenir un équilibre global. Par ailleurs, son analyse ne prend pas en compte le soutien automatique généré par les films considérant que, bien qu'il ait tendance à être pensé comme une recette par les producteurs investisseurs, il ne contribue pas directement au recouvrement des coûts du film *n* mais participe plutôt au financement du film *n+1*. Dans une interview plus récente (2016), tout en reconnaissant que les données manquent pour réaliser des mesures précises et régulières du solde net de production, l'économiste Olivier Bomsel estime qu'il y a « *tout lieu de croire que la situation s'est aggravée* ».[50]

Le système français montre une assez grande capacité à absorber les échecs par la multiplication des financeurs qui permet de mutualiser les risques. Néanmoins, un certain équilibre doit être préserver pour qu'aucune branche ne soit profondément déstabilisée.

On est en droit de penser que, le cinéma étant une activité à forte portée artistique et culturelle, celui-ci doit pouvoir s'affranchir des questions de rentabilité économique[51]. C'est d'ailleurs la logique de l'intervention publique que de protéger le secteur d'un libéralisme dérégulé qui ne profiterait qu'aux titres les plus consensuels et risquerait de mettre à mal la singularité, le risque artistique, les tentatives innovantes et le renouvellement des formes et des talents. Ceci étant dit, de la rentabilité du secteur dépend les capacités de financement des sociétés de production pour leurs projets futurs. Si l'indépendance des producteurs est considérée comme une garantie de la liberté de création et de la diversité culturelle, ceux-ci doivent disposer d'une certaine autonomie financière pour pouvoir s'emparer pleinement de leur rôle d'initiateur de projet.

[50] Interview d'Olivier Bomsel par Nicolas Madelaine, *Olivier Bomsel : « Les séries TV mériteraient d'être plus aidées »*, Les Echos, mai 2016
[51] Jérémie Couston, *Y a-t-il vraiment trop de films français* ?, Télérama, janvier 2020

Détournés par la recherche de financements et la confection du montages complexes, ou accaparés par la gestion d'un budget trop restreint pour les ambitions de leurs projets, les producteurs risquent de s'éloigner peu à peu de la part créative de leur métier et de ne plus être l'allié rationnel et pragmatique dont le réalisateur a besoin.

C'est cette tendance qui pourrait s'affirmer si les évolutions récentes du secteur se poursuivent. L'équilibre fragile entre art et industrie semble en effet être en train de se briser. Avec un nombre de films toujours plus important mais des débouchés qui se stabilisent, voire qui se réduisent, et des financements extérieurs qui s'amenuisent, et donc des perspectives de rentabilité qui s'éloignent à vue d'œil, c'est la tranche la plus fragile mais peut-être la plus créative du secteur qui est menacée et, avec elle, la diversité du cinéma français.

PARTIE II – L'augmentation du nombre de films face aux capacités de production

Poursuivons nos réflexions sur l'augmentation du nombre de films français en nous intéressant à la manière dont celle-ci s'est opérée à travers le temps. En effet, on peut d'ores et déjà dire que l'accroissement des capacités de financement du cinéma français n'a pas profité de la même façon à toutes les catégories de film. Eu égard à la question de la diversité, c'est la limite de la dimension quantitative des leviers de soutien au cinéma. De plus, le système de financement n'est évidemment pas neutre quant aux conditions de conceptions des films et il faut donc de s'interroger sur le contexte dans lequel les films sont mis en production.

Il conviendra de souligner que deux phases distinctes d'augmentation du nombre de films se sont succédées depuis les années 1980. Dans un premier temps, par le levier des obligations des chaînes de télévision et leur part croissante dans le financement du cinéma, on a d'abord assisté à une croissance importante du nombre de films aux budgets les plus élevés. Nous tâcherons d'expliquer pourquoi, tout en essayant de comprendre les effets que l'intervention de la télévision dans le financement du cinéma a eu quant à l'orientation des sommes investies et quant aux caractéristiques intrinsèques aux films en eux-mêmes. Dans un second temps, nous verrons que depuis dix ans que la baisse du montant des investissements en production est amorcée, l'augmentation du nombre de films a surtout été portée par les films à petit budget. Nous envisagerons donc d'abord d'expliquer pourquoi le volume de production continue de s'accroître alors que les capacités de financement se tassent puis de comprendre les effets indésirables que cela peut avoir en termes de diversité. Mais avant toute chose, il nous semble important de mettre la lumière sur la structure industrielle et économique des sociétés de production pour montrer comment le système du cinéma français porte en lui-même un risque de fuite en avant qui pèse sur les conditions de conception des films français.

C'est plutôt la dimension qualitative de la diversité que nous cherchons à étudier ici. Il s'agit d'aborder les effets que l'augmentation du volume de production a au regard de la pluralité des œuvres, de leur disparité et de leurs singularités. Nous pourrons constater que face aux tensions que traverse le secteur, la stratégie de gestion du risque par la standardisation des œuvres est une menace à considérer avec attention.

A. L'incapacité du système à structurer le tissu d'entreprises engendre un biais productiviste

Tout d'abord, on peut dire qu'en optant pour une stratégie œuvre par œuvre dans la mise en place de leur intervention, en considérant qu'il fallait mettre le film en son cœur, les pouvoirs publics n'ont pas participé à la structuration du tissu industriel de la production, alors même que c'était là la première de leurs préoccupations. Avec un tissu d'entreprises atomisé et sous-capitalisé, la logique productiviste du système semble porter un risque de surchauffe qui n'est pas sans conséquence sur les conditions de conception des œuvres.

1. Un tissu industriel atomisé

Le secteur de la production se caractérise à la fois par son caractère artisanal et par son hyperpersonnalisation, deux caractéristiques qui marque sa structuration fragile et atomisée.

Le secteur de la production cinématographique est en effet très peu concentré. On dénombre en effet plus de 2 000 établissements déclarés comme étant des sociétés de production, même si la plupart ne sont pas considérées comme actives par le CNC (c'est-à-dire qu'elles n'ont pas produit de long métrage dans les cinq dernières années). Comme dans la plupart des industries culturelles, on observe donc une structure de marché en oligopole à frange[52]. C'est une forme d'organisation industrielle marquée par deux caractéristiques : la présence affirmée de quelques grandes entreprises qui concentrent un volume d'activité important et les capacités à s'engager dans les productions à budget élevé ; une multitude de PME et TPE qui se partagent des parts de marché bien moindres et qui disposent de surfaces financières beaucoup moins importantes.

Le sociologue Olivier Alexandre préfère décrire le tissu industriel de la production cinématographique en trois cercles concentriques[53]. Au centre, on trouve les insiders, un petit nombre de sociétés qui ont pour point commun d'intégrer des activités de production, de distribution et éventuellement d'exploitation (Pathé, UGC, Gaumont, Europacorp). Ces sociétés produisent 3 à 6 films par an, concentrent les investissements

[52] Jean-Pierre Leclerc, *Op. cit.*
[53] Oliver Alexandre, *La règle de l'exception : Ecologie du cinéma français*, Paris, Editions de l'EHESS, 2015

et bénéficient d'une position stable et centrale sur le marché. Le deuxième cercle est constitué des intégrés, une frange exposée au risque mais stratégiquement proche des talents qui a su se démarquer par la constitution de liens durables avec les institutions, les chaînes de télévision et les groupes cinématographiques tout en s'affichant comme les principaux sélectionneurs de projets. Leur indépendance éditoriale et capitalistique a pour corollaire la nécessité d'avoir recours à des ressources financières exogènes. On dénombre une trentaine de ces sociétés (Why Not Productions, Nord-Ouest Films, Les Films Pelléas, Mandarin Cinéma, Légende, Alfama Films, etc.). A la périphérie on retrouve les outsiders, des sociétés marquées par une précarité durable, qui participent au défrichage des nouveaux talents, mais dont l'importance démographique est inversement proportionnelle à la puissance financière.

Cette structure de marché est donc caractérisée par la supériorité numérique de sociétés qui demeurent économiquement fragiles et sous-capitalisées. Le capital social de la majorité des structures est généralement égal au minimum prévu par la loi, soit 45 000€. L'actif de ces sociétés est donc principalement constitué des parts de négatifs qu'elles ont acquis, et conservé, sur les films produits ; et, symboliquement, de la réputation et la crédibilité qu'elles peuvent acquérir auprès de leurs pairs et des décideurs financiers.

Il est intéressant de noter que les prémices d'une politique de soutien au cinéma prennent racines dans les années 1930 suite au dépôt de bilan de la Gaumont Franco-Film Aubert en 1934, en conséquence de la crise de 1929. Les premiers rapports parlementaires (Petsche en 1935, Carmoy en 1936) qui s'emparent de la question et proposent la mise en place de mécanismes de soutien au secteur se placent donc dans une logique de structuration industrielle du marché. Pour autant, les mécanismes mis en place à partir des années 1940 sont des dispositifs tournés non pas vers les structures de production mais vers les œuvres pour elles-mêmes[54].

Et le fait est que l'augmentation du nombre de films produits ne s'est pas traduite par une montée en puissance des sociétés déjà existantes mais par une atomisation accrue du tissu productif. En effet, depuis les années 1980 un certain nombre de dispositifs ont facilité l'apparition de nouveaux producteurs en décloisonnant la profession et donc en facilitant l'entrée sur le marché (dispositifs de soutien au court métrage dès 1983 avec

[54] Christine Palluel, *Le financement public de l'industrie cinématographique,* LEGICOM, vol. 17, no. 1, 1999

notamment la création de l'Agence du Court Métrage, formation professionnelle avec la création de la Fémis en 1986, création de bourses pour l'ouverture de nouvelles sociétés, abaissement du capital social minimum, suppression de la carte professionnelle en 2009)[55]. L'injection de capitaux dans le marché n'a donc pas eu pour effet de structurer les sociétés existantes mais d'en gonfler le nombre de façon concomitante à l'inflation du nombre de films. Ainsi, les 240 films d'initiative française agréés en 2019 ont été portés par 222 sociétés dont 176 qui n'ont produit qu'un seul film. A titre de comparaison, les 172 films français produits en 2001 sont issus de 140 sociétés et 97 d'entre elles ne produisait alors qu'un seul long métrage cette année-là. Notons donc qu'on assiste également à un effet de dispersion : en proportion, le volume de production est porté par un nombre toujours plus important de sociétés au fil des ans.

2. Le risque producteur et le biais productiviste

La structure du tissu industriel du secteur de la production cinématographique a son importance en tant que facteur d'explication de l'inflation du volume de films produits. En effet, le fait que le marché soit numériquement dominé par des petites structures sous-capitalisées n'est pas sans rapport avec la mise en production d'un nombre important de films.

Il faut avant tout rappeler que, pour alimenter leur trésorerie, les sociétés de productions sont confrontées à deux marchés[56], structurellement distincts mais tout de même liés : le marché du financement et le marché de la commercialisation. Le marché de la commercialisation est celui de la mise à disposition du film aux spectateurs et de l'ouverture de l'ensemble des fenêtres de rentabilisation : l'exploitation en salles, la vidéo physique et à la demande, les ventes télévisuelles et aux plateformes de vidéo à la demande par abonnement, les ventes internationales. C'est le lieu évident de la production de recettes dont une part, selon les conditions contractées avec ses différents partenaires financiers, revient évidemment au producteur. Le marché du financement concerne les investisseurs et n'implique pas de recettes créées par la consommation à proprement parler. C'est celui par lequel le producteur va couvrir la majorité des coûts de production d'un film grâce aux apports de ses différents partenaires. C'est l'occasion pour le

[55] Olivier Alexandre, *Op. cit.*
[56] Olivier Alexandre, *Op. cit.*

producteur de couvrir ses frais de structure et de se rémunérer. En ce sens, il est possible pour un producteur d'amortir son projet en amont de sa commercialisation.

C'est un système qui permet de ne pas lier directement les revenus du producteur aux performances d'exploitation et qui favorise la prise de risque artistique. Déconnecter le film de sa profitabilité permet en effet de limiter un biais de standardisation où les producteurs privilégieraient des projets qui correspondraient au marché et à ce qu'ils anticipent de la demande. Le principal enjeu pour le producteur n'est pas tant la profitabilité que sa capacité à couvrir ses frais par le préfinancement. C'est une logique plutôt vertueuse qui permet de mutualiser les risques entre les différents partenaires financiers et donc d'absorber plus facilement les échecs[57].

C'est pourtant un système critiqué car il n'encouragerait pas la prise de risque financier de la part des producteurs et favoriserait de ce fait la mise en production de films manquant d'ambition. En couvrant les coûts de fabrication du film mais également sa rémunération et ses frais de structure par le préfinancement, le producteur serait alors déconnecté des enjeux de rentabilité commerciale. Contrairement à ses partenaires financiers, un échec commercial ne l'affecte pas financièrement, mais il bénéficie d'un succès au même titre qu'eux. Le système du préfinancement aurait donc tendance à déresponsabiliser le producteur ce qui serait alors d'autant plus contestable que celui-ci a recours à de l'argent public pour financer ses projets[58]. Néanmoins, la réalité du financement est différente. Cette situation ne correspond en réalité qu'à une petite portion de projets, évaluée par le rapport Bonnell à 7 à 17% des films selon les années sur la période 2004-2013. Le rapport insiste par ailleurs sur le fait que le degré de financement est très corrélé au niveau du budget. Les coûts de production sont couverts à 50% pour les films à moins de 1 million d'euros et à 85% pour les films à plus de 15 millions d'euros, avec 30% de films de plus de 15 millions d'euros en sur-financement. A l'inverse, les quatre cinquièmes des films ne voient pas leurs coûts couverts par les financements extérieurs et ce sont donc aux producteurs de couvrir ces risques, par la mise en participation de leur rémunération et frais généraux, voire par l'endettement en cas d'échec.

[57] René Bonnell, *Op. cit.*
[58] Dominique Boutonnat, *Op. cit.*

Ce qu'il en résulte, dans le contexte où la grande partie des sociétés de productions disposent d'une assise financière très réduite, c'est que leur seul moyen de se maintenir en faisant face à des problèmes de trésorerie est de se rendre sur le marché du financement avec un nouveau projet. C'est donc que le système du préfinancement, s'il est le seul lieu de liquidité pour le secteur de la production, comporte un biais productiviste[59]. Dans une situation où le marché de la commercialisation n'est pas toujours suffisamment profitable pour que les sociétés puissent dégager des bénéfices et les réinvestir en tant que fonds propres dans leurs productions suivantes, c'est par le financement et la mise en production de projets parfois pas suffisamment aboutis qu'il est possible de se maintenir. Le système d'engrenage du financement du cinéma français n'est donc pas sans risque d'emballement.

3. Le poids sur la conception des films

Cette situation de fragilité financière de la filière de la production n'est pas neutre au regard des conditions de conception des films et peut donc avoir des effets indésirables, bien qu'inquantifiables, sur leur qualité.

Du fait de l'étroitesse des capacités de financement sur fonds propres de la grande majorité des sociétés de production, les dépenses d'écriture et de développement (sujet, adaptation et dialogues) du secteur se révèlent être exceptionnellement réduites (4% des coûts de production en 2019) au regard des dépenses investies en recherche et développement par l'ensemble du secteur industriel français (environ 10% des coûts).

Depuis le rapport Gassot[60] sur l'écriture et le développement des scénarios, et sous son impulsion, les aides au développement se sont pourtant développées. Le CNC dispose ainsi de quatre dispositifs d'aides sélectives à la création, dont trois pouvant bénéficier aux auteurs non accompagnés de producteurs. Pour l'année 2019, c'est 1,6 millions d'euros d'aides accordées aux auteurs par le CNC et 2 millions aux producteurs au titre de l'aide au développement de longs métrages. Les collectivités territoriales et en premier lieu les régions se sont aussi investies du soutien à l'écriture et au développement, pour un montant total de 3,8 millions d'euros en 2019. Ces dispositifs de soutien sélectif permettent donc de couvrir 21,5% des dépenses effectuées en écriture et développement,

[59] Olivier Alexandre, *Op. cit.*
[60] Charles Gassot, *Rapport sur l'écriture et le développement des scénarios des films de long métrage*, juin 2000

qui s'élèvent à 34,4 millions d'euros en 2019. D'autres dispositifs existent néanmoins, au niveau européen avec le programme MEDIA, ou au niveau interprofessionnel avec le concours de la PROCIREP-ANGOA. On peut sans doute considérer qu'un producteur qui engage ses fonds propres dans un scénario est conscient de ce que cela lui coûte, et que cela l'incite donc à s'engager avec parcimonie. Mais c'est sans compter sur le biais productiviste mis en lumière plus tôt.

C'est d'autant plus vrai que le producteur engage des dépenses qu'il lui sera difficile d'assumer seul si le projet ne se fait pas. Le rapport Gassot relevait déjà cette situation irrationnelle : « *Compte tenu des dépenses engagées et de la faiblesse de ses moyens propres, décider de ne pas faire le film devient alors la décision la plus difficile à prendre pour le producteur* »[61]. Il est donc parfois plus rationnel économiquement de lancer la mise en production d'un film que d'abandonner le projet et de faire une croix sur les dépenses engagées, ce qui évidemment participe à l'inflation du nombre de films. Dans des proportions plus marginales, il existe également des cas où un projet est mis en production trop tôt tout simplement parce que la période de développement bien que représentant des coûts relativement contenus, est nulle en revenu.

Ainsi, la multiplication des guichets et des demandes de réécriture qui les accompagnent ont participé à la fragilisation du métier de scénariste et de leur rémunération[62]. Alors que le scénario est la clé d'accès à ces guichets, puisque c'est sur sa base que les commissions prennent leur décision d'investir, le travail du scénariste est largement sous-estimé et sous-rémunéré – ce qui est, au passage, une dérive d'un système personnalisé où le réalisateur est mis au centre de tout le travail autour du film. Tant est si bien qu'un même scénariste est souvent contraint de travailler sur plusieurs projets en même temps pour pouvoir s'assurer un niveau de rémunération acceptable. On peut facilement supposer que cet éparpillement sur des projets qui peuvent avoir des logiques et des rythmes d'écriture complètement différents peut poser des problèmes de qualité. Et dans le même temps, un même projet voit souvent intervenir un nombre important de scénaristes qui vont apporter leur expertise sur quelques éléments du récit, des personnages ou des dialogues uniquement. Cela nuit aussi au bon développement des

[61] Charles Gassot, *Op. cit.*
[62] Le Club des 13, *Op. cit.*

projets, les scénaristes défilant sans être véritablement investi et sans se sentir responsable de la bonne évolution de l'écriture.

Cette situation a pour origine le mode de rémunération des scénaristes. En effet, s'ils ont tendance à vouloir cumuler les projets, c'est que le niveau de rémunération accordé pour un seul manuscrit n'est pas suffisant. Il se trouve que les auteurs sont rémunérés en fonction du budget du film et non en fonction du temps de travail. Or, il n'y a aucune règle quant au temps d'écriture d'un scénario : certains peuvent atteindre un niveau de qualité satisfaisant en quelques mois tandis que d'autres ont besoin de plusieurs années pour murir. Et alors même qu'il « *faut du temps pour être inventif et dépasser les clichés* »[63], ce système incite à écrire le plus vite possible.

B. La concentration des investissements sur les films à budget élevé

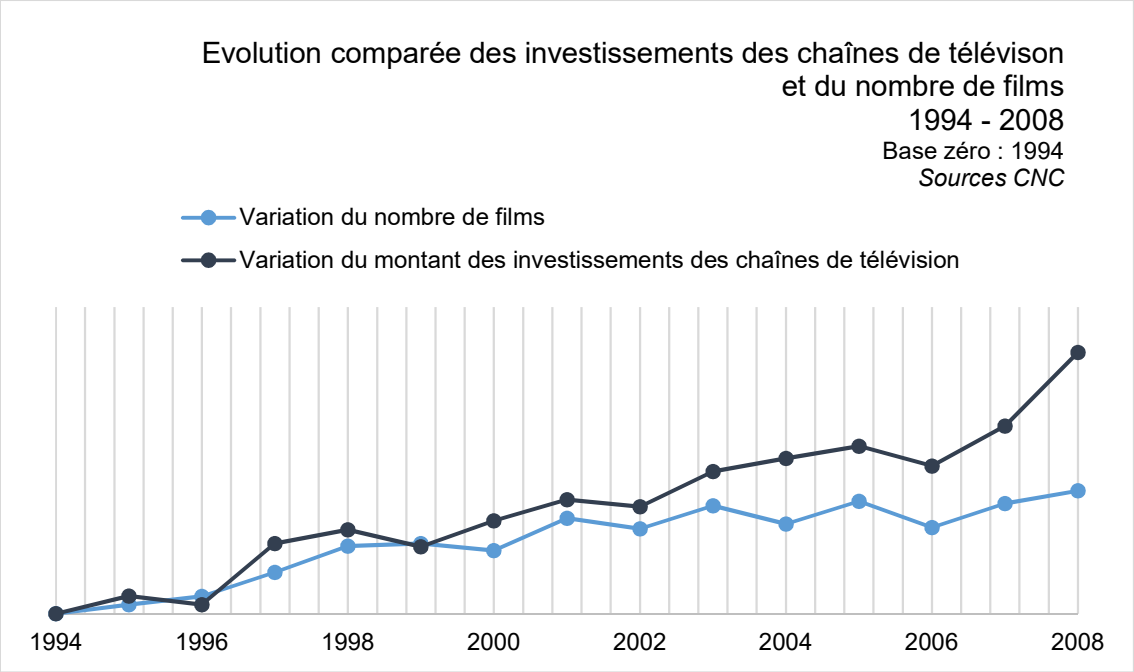
Les éléments qui viennent d'être développés doivent être regardé au prisme de la façon dont à augmenter le volume de production jusqu'à la fin des années 2000, c'est-à-dire à la faveur des films les plus chers qui ont concentré sur eux les investissements en production. Il faut y voir là la logique de l'intervention des chaînes de télévision via leurs obligations qui ont d'abord nourri le pan de la production qui correspondait le plus à leur logique de très grande audience. Cela a participé à la captation d'une part de ces investissements par l'augmentation du coût des talents, tout en acculturant les formes cinématographiques à celles de la télévision. La question du « trop de films » prend alors une autre tournure : des films trop chers et à valeur culturelle médiocre eu égard à la diversité de la production[64] ?

1. Le biais inflationniste des obligations des diffuseurs

L'accroissement du nombre de films à partir du début des années 1990 a été largement porté par l'augmentation des investissements des chaines de télévision dans la production française, du fait de leurs obligations. En effet, ceux-ci ont gonflé d'un montant autour de 104,4 millions d'euros au début des années 1990 à un pic de 365,6 millions d'euros en 2011. En 20 ans, les investissements des chaînes de télévision vers la production cinématographique française ont ainsi été multipliés par 3,5. Sur la même

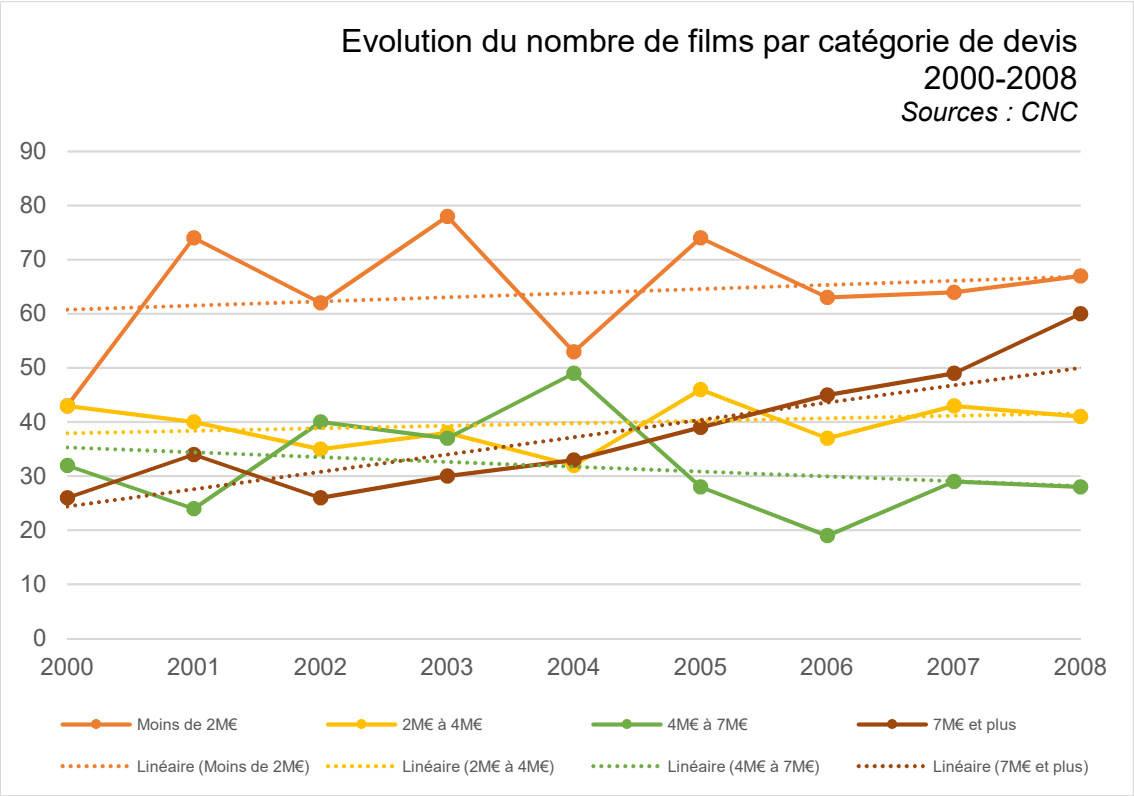
[63] Le Club des 13*, Op. cit.*
[64] Jean-Michel Frodon, *Op. cit.*

période, le nombre de films d'initiative française produits a augmenté, mais moins que proportionnellement, puisqu'il a été multiplié par 2,3 (de 89 en 1994 à 206 en 2008).



C'est que les obligations des chaînes ont eu un effet inflationniste sur les devis des films[65]. En effet, l'analyse de la structure par devis de l'augmentation du nombre de films permet d'observer que l'injection de financements a été captée dans un premier temps par les films aux devis les plus élevés. La décennie 2000 est effectivement marquée par une stagnation du nombre de films présentant un devis entre 2 et 7 millions d'euros, une tendance à la hausse du nombre de films à moins d'un million d'euros (avec de grandes variations d'une année à l'autre) mais surtout une augmentation très importante du nombre de films présentant un devis supérieur à 7 millions d'euros (23 en 1999, 60 en 2008) et particulièrement du nombre de films présentant un devis supérieur à 15 millions d'euros (3 en 1999, 18 en 2008).

[65] René Bonnell, *Op. cit.*



Il ne faut évidemment pas perdre de vue que la générosité des investissements des chaînes est du fait de leurs obligations légales. Bien que ces investissements soient fléchés par certains quotas, les chaînes de télévision restent libres d'établir leur stratégie d'investissements qui est conduite bien entendu par leurs intérêts propres.

TF1 et M6, chaînes privées dont les ressources dépendent entièrement des revenus publicitaires, ont le plus intérêt à maximiser leurs audiences. Alors que le cinéma n'est plus le programme privilégié des spectateurs à la télévision, qui lui préfèrent le divertissement, les séries et les retransmissions sportives, les deux chaînes ont appliqué des stratégies similaires. Elles investissent dans un nombre réduit de films (une dizaine) mais avec des montants très élevés (plus de 2 millions d'euros en moyenne). Par ailleurs ce sont les chaînes qui s'engagent sur les films aux devis les plus élevés (12 millions d'euros en moyenne). Leurs investissements vont avant tout vers de comédies familiales et consensuelles capables de réunir une audience très importante.

Canal+ est historiquement considérée comme le premier financeur du cinéma français. Ses revenus provenant des abonnements, son intérêt est de proposer une grande diversité de programmes, avec une offre qui se renouvelle rapidement et qui contient des projets de qualité faisant office de produits d'appel. L'idée est à la fois d'attirer de nouveaux abonnés et de fidéliser ceux qui le sont déjà. Canal+ s'est donc toujours

appliqué à investir dans un nombre très important de films pour des montants assez élevés. Par ailleurs, malgré sa clause de diversité, les préachats de Canal+ se concentrent sur des films aux devis élevés : 86% de FIF dont le devis est supérieur à 7 millions d'euros pour 2019.

France 2 et France 3 ont des stratégies hybrides, liées à leur statut de chaînes publiques, dont les ressources publicitaires ne représentent pas la totalité des revenus, d'autant plus lorsque l'on sait que les films sont diffusés sur les segments horaires interdits de publicité. Elles se positionnent sur une trentaine de films chacune, pour des investissements moyens compris entre 800 000 et 1 million d'euros. Du fait de leurs cahiers des charges qui leur assignent des objectifs de diversité, leurs apports sont dirigés vers un cinéma familial également mais aussi vers les films d'auteurs reconnus.

Arte se distingue des autres chaînes à différents égards. D'abord elle n'est pas soumise aux obligations du fait de son statut de chaine européenne. Ensuite, si elle se positionne sur un nombre de films oscillant autour de 25, elle intervient avec des montants bien moins élevés (300 000 euros en moyenne). Elle s'est spécialisée dans le cinéma d'auteur, avec de propositions plus radicales.

Ces différentes stratégies, qui évoluent de manière distincte avec les baisses des revenus publicitaires, ne doivent pas occulter le fait qu'une concurrence importante oppose les chaînes entre elles pour se positionner sur les films les plus porteurs en termes d'audience[66]. Les films commerciaux les plus aptes à réunir un très grand nombre de téléspectateurs ont profité d'une surenchère financière, au bénéfice généralement des chaînes privées qui disposent d'assises financières plus importantes, et qui a eu pour effet principal de tirer vers le haut les devis de cette catégorie de films.

Ces effets de surenchère ne sont pourtant pas nécessairement rationnels[67]. Il s'agît plutôt d'une spirale spéculative portée par les diffuseurs qui anticipent un succès du fait d'une situation, d'un casting, d'un titre qui ont déjà fait leurs preuves. Comme ces films sont aussi ceux qui bénéficient de larges et coûteuses campagnes de promotion, quand bien même leur succès n'est jamais assuré d'avance, c'est un effet de ciseaux qui se profile. L'inflation des coûts de production et de distribution ne correspond pas

[66] Nathalie Moureau, Olivier Gergaud, Françoise Benhamou, *Le financement du cinéma par la télévision : une analyse économétrique des investissements des chaînes*, Economie & prévision, n°188, 2009
[67] Alain Le Diberder, *Op. cit.*

nécessairement aux résultats commerciaux qui peuvent être insuffisants pour les absorber. D'autant plus que le point mort pour le distributeur en salle, qui peut être intégré au groupe télévisuel qui finance le film, grimpe au point que plusieurs millions d'entrées ne suffisent pas toujours à couvrir ses frais. C'est évidemment le propre d'une économie de casino comme celle du cinéma de ne pas pouvoir anticiper le succès d'un film, mais c'est justement cette situation d'incertitude qui interroge quant à la rationalité d'une telle envolée des coûts par rapport aux possibilités d'amortissement du marché[68]. Ceci est d'autant plus vrai lorsque l'on sait que ces films ont un potentiel d'exportabilité très limité du fait de leur casting peu reconnu à l'international et de leur genre, généralement la comédie, qui cantonne le film au marché national.

L'année 2019 a porté quelques exemples de ce phénomène. On peut notamment citer *Le Dindon* de Jalil Lespert avec Dany Boon qui peine à réunir 250 000 spectateurs pour une sortie dans 693 salles et un budget de plus de 14 millions d'euros, *Just a Gigolo* d'Olivier Baroux avec Kad Merad qui attire 280 000 spectateurs pour un devis affiché à 10 millions d'euros, ou encore *La vérité si je mens ! Les débuts* de Michel Munz et Gérard Bitton avec 200 000 entrées pour 426 copies et un budget à 8 millions d'euros (quand le précédent volet avait réuni près de 7,5 millions de spectateurs en 2001).

2. La captation des investissements par le « above the line »

De plus, il se trouve que structurellement, ce sont des catégories de films qui accordent une part importante de leur devis aux frais liés à l'interprétation, c'est-à-dire aux rémunérations des acteurs.

Ce fut d'ailleurs le sujet de la fameuse tribune de Vincent Maraval, fondateur de la société Wild Bunch publié dans Le Monde en 2012 sous le titre provocateur « *Les acteurs français sont trop payés* ! »[69]. Fort de son expérience, il dénonce un système qui encourage une inflation des devis des films en faveur des rémunérations des comédiens :

> « *Pourquoi, par exemple, Vincent Cassel tourne-t-il dans Black Swan (226 millions d'euros de recettes monde) pour 226 000 euros et dans Mesrine (22,6 millions d'euros de recettes monde) pour 1,5 million d'euros ? Dix fois moins de recettes, cinq fois plus de salaire, telle est l'économie du cinéma français.* »

[68] René Bonnell, *Op. cit.*
[69] Vincent Maraval, *Les acteurs français sont trop payés*, Le Monde, décembre 2014

Son analyse sera vérifiée empiriquement par l'économiste Alain Le Diberder qui constate que l'accroissement du montant des investissements a eu pour principal effet de réduire leur efficacité, phénomène qu'il explique par la captation d'une part de ces investissements dans ce que les Américains appellent le « above the line », c'est-à-dire les coûts qui ne sont pas directement liés à la fabrication[70]. René Bonnell en faisait déjà état dans son rapport de 2013. Il note qu'au-delà de leur apparente constance structurelle (10 à 12% des devis selon les années), les coûts d'interprétation n'ont pas le même poids en fonction du coût du film[71]. Ainsi, le poste interprétation représente en 2019 moins de 7% des budgets des films affichant un devis inférieur à 2,5 millions d'euros, mais plus de 14% pour les films ayant un budget supérieur à 7 millions. De plus, la rémunération des interprètes principaux totalise selon les films des deux tiers aux trois quarts des montants totaux affectés à l'interprétation.

Il y a évidemment une logique à cet effet inflationniste. Les chaînes de télévision, pour rentabiliser leurs investissements, doivent s'assurer de s'engager sur des projets capables de drainer des audiences fortes. La présence d'une actrice ou un acteur reconnu du grand public qui, en son seul nom, est capable de fédérer un grand nombre de (télé)spectateurs, leur confère une réelle capacité à susciter les financements des chaînes. Cela leur permet d'accroitre leur pouvoir de négociation de leur cachet, car leur présence au casting peut être déterminant dans la mise en production du film. Les agents, dont les intérêts financiers sont liés au montant des cachets, participent également à ce phénomène inflationniste[72].

Il en résulte une concentration de la distribution des rôles sur les mêmes acteurs, avec des effets auto-entretenus : considérés comme « bankables » ils obtiennent de nombreux rôles et parviennent à négocier des cachets importants, ce qui leur donne plus de visibilité et de pouvoir et les conforte dans leur position. Cela également un impact artistique (réduction du champ des possibles, poids des acteurs vedettes sur le scénario) et pratique (les calendriers des tournages dépendant des disponibilités de certains acteurs, des productions mises en route simplement parce que le comédien star a une fenêtre dans son emploi du temps)[73].

---

[70] Alain Le Diberder, *Op. Cit.*
[71] René Bonnell, *Op. cit.*
[72] Vincent Maraval, *Op. cit.*
[73] Françoise Benhamou, *L'économie du star-system,* Paris, Odile Jacob, 2002

Face à ce débat d'actualité qui a agité pendant plusieurs mois la profession, le CNC est intervenu lorsqu'il a adopté sa décision du 27 novembre 2014, entrée en vigueur le 1er juillet 2015, qui crée le Règlement Général des Aides Financières du CNC (RGA) annexé au Code du Cinéma. Il a en effet mis en place un dispositif de lutte contre les salaires excessifs qui conditionne l'accès au soutien automatique à la production. Selon le RGA, ce dispositif vise « les films présentant un coût artistique disproportionné ». La base de référence est la rémunération fixe la plus élevée versée aux auteurs, coauteurs, interprètes ou producteurs. Si cette rémunération est supérieure à un seuil fixé par le RGA par tranches de budget, le producteur délégué perd son droit à percevoir des aides automatiques et certaines aides sélectives. La principale limite de cette disposition, c'est qu'elle ne concerne que la rémunération fixe alors qu'il est de plus en plus courant que les agents des vedettes françaises négocient en parallèle un intéressement aux recettes d'exploitation du film, ce qui a le mérite de lier le salaire au succès du film mais qui participe à l'explosion de la rémunération des rôles principaux en cas de succès.

3. La standardisation des formes cinématographiques

Par ailleurs, il ne faut pas négliger l'impact qu'a eu sur le long terme la domination des chaînes de télévision sur le financement du cinéma français en termes de contenus et de formes cinématographiques.

Commençons par rappeler que la logique du cinéma est sensiblement distincte de celle de la télévision. Comme l'explique le sociologue Olivier Donnat, les pratiques liées à la télévision impliquent une attention flottante[74]. Les téléspectateurs ont une tendance de plus en plus marquée à ne pas choisir leur programme à l'avance, à changer de chaîne, à pratiquer une autre activité, souvent sur un autre écran, pendant que leur téléviseur est allumé. Le regard porté sur l'écran télévisuel n'est évidemment pas celui, fixe, immobile, concentré, disponible, que l'on porte sur l'écran de cinéma. Or, le système de financement du cinéma français a en partie décorrélé la production de l'expérience de la salle et des spectateurs en faisant des chaînes de télévision le réceptacle de la demande cinématographique[75]. Il serait cependant bien trop aisé de pointer du doigt des responsables au sein des chaînes de télévision qui agiraient en censeur et brideraient la créativité des créateurs. Le phénomène est bien plus complexe et insidieux et s'est opéré

[74] Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2009
[75] Jean-Pierre Leclerc, *Op. cit.*

sur le temps long. On a plutôt affaire ici à une forme d'intégration de ces contraintes par les producteurs et les auteurs qui anticipent les demandes des chaînes de télévision pour s'assurer des chances d'obtenir un soutien financier de leur part. C'est d'autant plus vrai dans le contexte où les ressources financières issus de la télévision s'amenuisent.

Comme le soulevait le rapport du Club des 13 mené par la réalisatrice Pascale Ferran, la logique télévisuelle est en demande d'un film qui « *doit être consensuel, éviter les visions et les sujets trop personnels, être divertissant. Des histoires simples, de préférence linéaires, faciles à « pitcher » et qui, si possible, finissent bien* »[76]. Ceci peut être validée grâce à une étude de l'économiste Claude Forest qui, en s'appuyant sur des critères objectifs de forme (la durée, le format d'image, le genre) propose une analyse comparative des formes du cinéma français par rapport à celles du cinéma américain[77].

Concernant la durée et le format, on observe de grandes différences entre le cinéma français et le cinéma américain. Les films français ont tendance à être bien plus court (70% de la production en dessous d'1h45, contre 50% de la production américaine), ce qui correspond plutôt aux exigences de la diffusion télévisuelle : cela permet d'insérer la coupure publicitaire, donc la source de revenu principale de la télévision, tout en permettant de diffuser un autre programme en deuxième partie de soirée.

De plus, il constate que si le format classique du 1,85 est largement privilégié par le cinéma américain, également un tiers de ces films sont tournés en Scope (2,35). Les films français, de leur côté, n'ont recours à ce format que pour 20% d'entre eux, tandis que le format 1,66 est toujours choisi pour plus de 25% des films nationaux. Là encore, il faut considérer que la diffusion télévisuelle a son importance. Le format télévisuel du 16/9 n'est pas réellement propice à la diffusion de films tournés en 2,35. Soit il faut tronquer l'image, une pratique à laquelle plus aucune chaîne n'a recours mais qui a été largement utilisée, soit il faut accepter que l'image n'occupe pas toute la surface de l'écran et soit encadrée de bandes noires. Tourner dans un format plus proche du 16/9 permet donc d'optimiser son visionnage sur un écran de télévision, que ce soit d'ailleurs en vidéo ou lors d'une diffusion sur une chaîne. En revanche, le format 2,35, deux fois plus utilisés pour les films américains, est adapté avant tout à la projection en salle de

[76] Club des 13, *Op. cit.*
[77] Claude Forest, *Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande de cinéma*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2010

cinéma et donne aux films un particularisme qu'aucun autre support ne peut techniquement lui offrir.

Pour ce qui est des genres, enfin, Claude Forest propose une répartition plutôt large en six catégories : la comédie, le drame, l'action et la science-fiction, le policier, les films adressés au jeune public et les documentaires. Les différences entre l'offre française et l'offre américaine sont une fois de plus flagrantes. La France produit environ 35% de comédies et 35% de drames, c'est à dire que près des trois quarts de la production française est dédiée à ces deux genres, qui ne représentent même pas la moitié de la production américaine. La part de films d'action et de science-fiction américains distribués en France est d'ailleurs plus importante que celle des drames et est trois fois plus importante que celle observée du côté français. De même, en proportion, deux fois plus de films pour enfants et de films policiers américains sont distribués en France. L'offre américaine est, en termes de genres, plus variée et plus équilibrée que l'offre française, qui se concentre sur deux genres seulement, la comédie et le drame. Les films d'action, les films policier et les films jeune public ont été largement délaissé par le cinéma français.

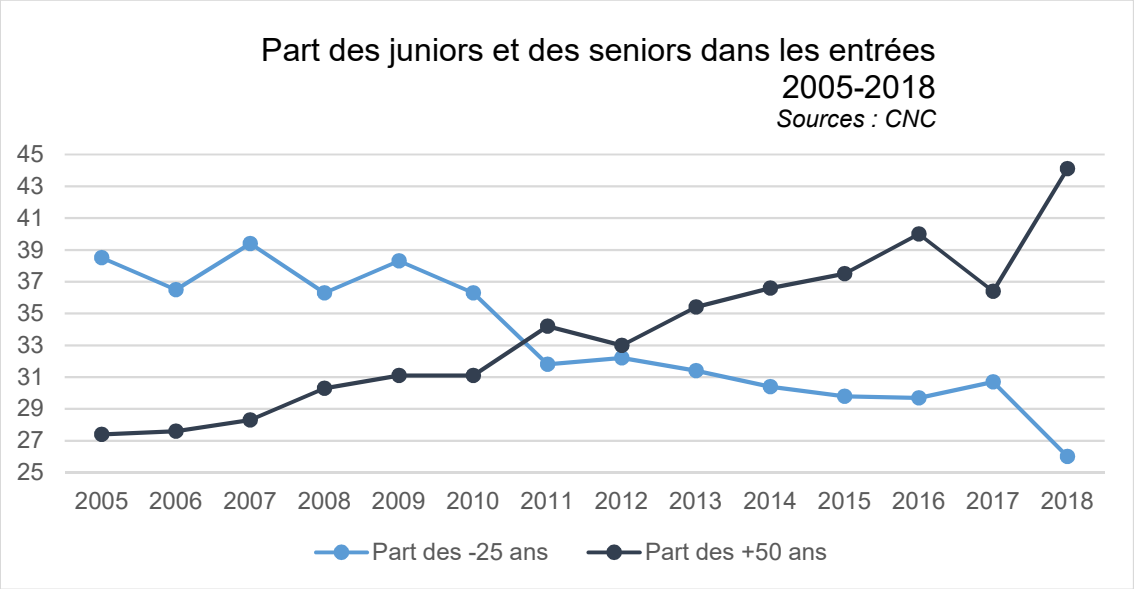
Cela nous ramène à la question de la logique télévisuelle. Si l'on considère un spectateur distrait et une qualité de diffusion inférieure à celle de la salle, on peut entrevoir des contraintes simples mais qui ont leur importance : les personnages doivent être facilement identifiables et peu nombreux à l'écran pour accrocher le regard ; les petits ou nombreux objets qui forcent l'attention, ou bien rapides et mobiles, peuvent être difficiles à distinguer ; les plans larges, les mouvements de caméra complexes, les plans trop sombres ne sont pas particulièrement adaptés à l'écran télévisuel. Ces éléments sont des indices qui permettent d'imaginer comment, de manière inconsciente et sur le long terme, les formes cinématographiques se sont acculturées à la télévision :

« *De facto, de nombreux genres ont été abandonnés pour ces motifs qu'ils ne « pass(er)aient » pas sur l'écran de télévision : guerre, western, science fiction, et tous les genres demandant des grands espaces. Mais également tous ceux demandant de nombreux personnages (épopée, aventures, etc.), ou une histoire plus complexe (espionnage, anticipation, etc.). La nécessité d'avoir peu d'acteurs visibles simultanément à l'écran a donc provoqué, à la fois la raréfaction du nombre de*

personnages dans la narration, et donc modifié le type d'histoires possibles, mais aussi leur taille (visible à l'écran) et donc, à la fois le type de plan »[78].

On voit bien comment, en s'appuyant sur quelques critères objectifs, on peut déjà tirer le voile sur l'influence majeure qu'a la télévision sur les formes du cinéma français. Il n'est bien sûr ici pas directement question de qualité mais fatalement de diversité.

Par ailleurs, cette adaptation du cinéma français à la logique télévisuelle n'est probablement pas sans relation avec l'évolution de la structure des publics. En effet, on note qu'entre 1993 et 2018, la part des moins de 25 ans baisse plus rapidement au sein du public du cinéma (-12,6 points) qu'au sein de la population totale (-4,4 points). Dans le même temps, la progression de la part des seniors (50 ans et plus) dans la population cinématographique (+14,9 points) est plus rapide que celle observée dans l'ensemble de la population (+8,7 points).



C'est ainsi que depuis 2011, la part des seniors dans les entrées a dépassé celle des jeunes et la tendance s'accentue depuis. Or, il se trouve que le public de la télévision est lui aussi particulièrement âgé : la moyenne d'âge des téléspectateurs en 2018 est de 52,8 ans, tandis que l'âge moyen de la population s'élève à 41,5 ans. Les 15-34 ne représentent plus que 13% des téléspectateurs français mais à l'inverse, ils forment 63% des utilisateurs de services de vidéos à la demande.

[78] Claude Forest, *Op. cit.*

C. Vers un appauvrissement généralisé des films français ?

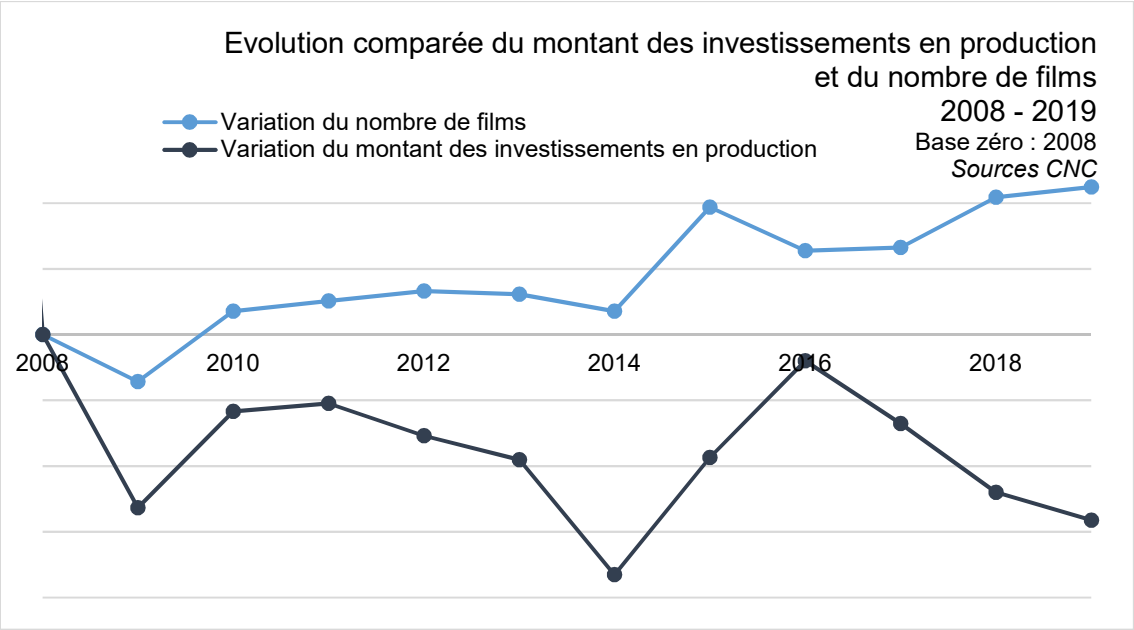
La fin des années 2000 marque une bascule majeure dans la façon dont le volume de production a poursuivi sa croissance. En effet, avec la baisse des capacités de financement du secteur c'est un effet de cliquet du système qui s'est mis en place. La contraction s'est opérée par la réduction des devis des films et non pas par la diminution du volume de production. Il convient donc d'essayer d'éclairer cette situation qui peut sembler irrationnelle, mais qui s'explique par des éléments que nous avons déjà abordés (faible rentabilité du secteur et sous-capitalisation des structures, notamment).

Le fait est que ce sont les films aux budgets les plus resserrés qui forment aujourd'hui le cœur de l'inflation du nombre de films et que la tendance est à l'austérité budgétaire. Même si c'est une situation à nuancer, elle est à prendre avec sérieux. On pourrait évidemment imaginer qu'une phase de rationalisation des coûts s'est opérée mais l'étude des structures de devis par tranche de budget tend à invalider cette hypothèse. Ce qui semble plutôt se dessiner, c'est une tension accrue sur les capacités de financement qui menace de pousser les producteurs à privilégier les projets les moins risqués artistiquement.

1. L'effet de cliquet du système

Ce qui se dessine avec le système de financement du cinéma français tel qu'il fonctionne actuellement, c'est un effet de cliquet relatif au volume de production. L'effet de cliquet, tel qu'il est théorisé par James Duesenberry, s'applique au départ aux questions de consommation : « *une consommation atteinte est difficilement réduite du fait des habitudes et des engagements qui ont été pris* ». C'est un phénomène d'irréversibilité des comportements sur un marché qui est justement inspiré du fonctionnement des engrenages : c'est un mécanisme d'échappement à ancre interdisant tout retour en arrière d'une roue dentée.

Le montant des investissements ayant diminué de 30% depuis 2008, on aurait pu s'attendre à observer une contraction parallèle du volume de production ou, à minima, à une stagnation du nombre de FIF produits chaque année. Cependant, force est de constater que le nombre de films a continué, voire accéléré sa progression. Alors qu'au pic des investissements, en 2008, 196 FIF ont été produits, ce sont 240 films qui ont été agréés en 2019, après une légère stagnation du volume de production au début des années 2010.

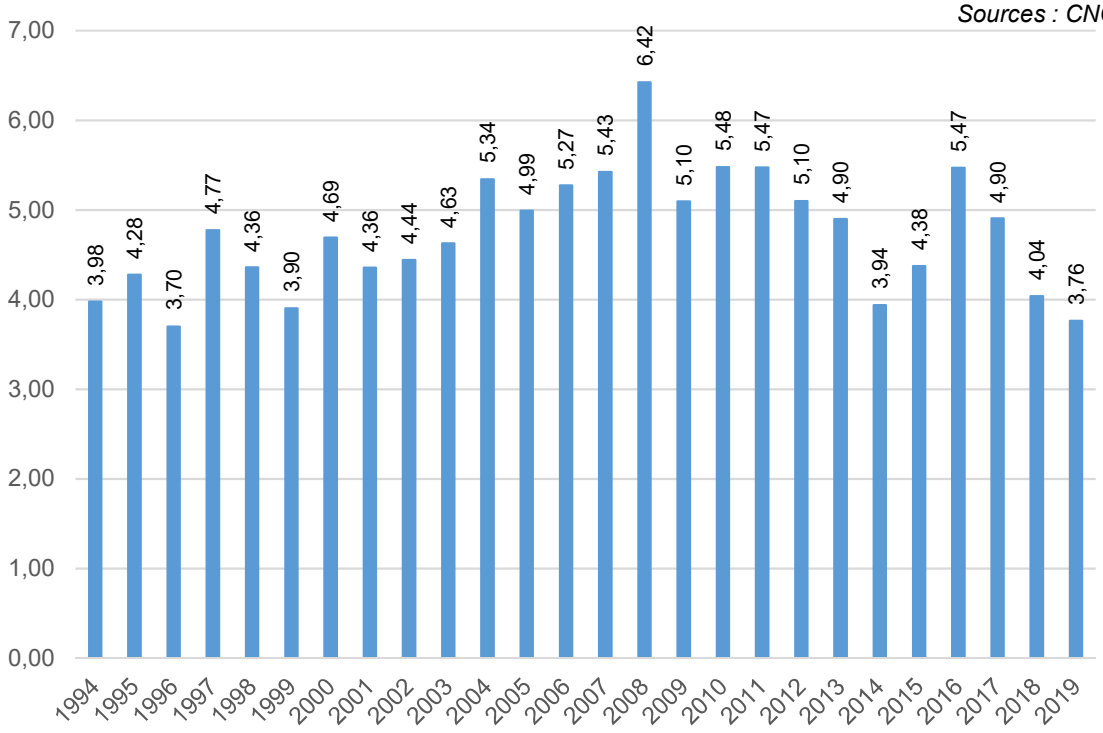


C'est ici qu'intervient l'effet de cliquet introduit ci-dessus. Alors que l'accroissement du montant des investissements a eu pour effet de porter le volume de production, sa contraction n'a pas l'effet inverse sur le nombre de films. Ceci est à mettre en relation avec le biais productiviste identifié plus haut. Dans un contexte de faible rentabilité, le secteur se montre particulièrement rigide à la baisse en ce qui concerne son volume de production. Pour faire face à la raréfaction des ressources de financement, ce n'est donc pas le levier du volume qui va être activé mais celui des coûts de production.

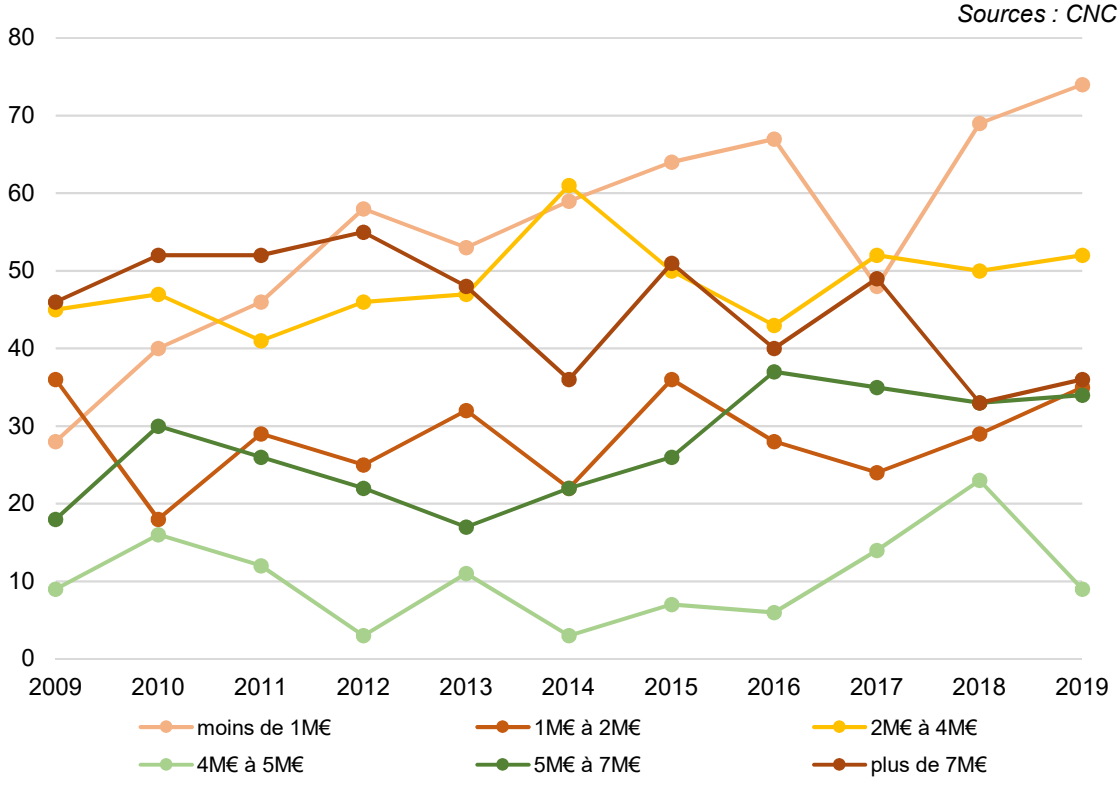
On constate effectivement une chute très importante du devis moyen des films d'initiative française, qui passe de 6,42 millions d'euros en 2008 à 3,76 millions en 2019 (-41% en 10 ans), à laquelle correspond une hausse spectaculaire du nombre de films à moins d'un million d'euros (de 35 à 74). Dans le même temps, on observe une diminution de la production de films à budget élevé (le nombre de films à plus de 7 millions d'euros de budget passant de 60 à 36 sur cette période), au profit de catégories de films aux devis intermédiaires (le nombre de films au budget compris entre 4 et 7 millions d'euros passant de 28 à 43, celui des films au budget compris entre 2 et 4 millions d'euros passant de 41 à 52).

Ce qu'on peut en conclure c'est que le système du cinéma français, en impliquant dans son financement les chaînes de télévision par leurs obligations d'investissement, s'est rendue dépendant des fluctuations d'un secteur économique qui n'est pas son lieu

Evolution du devis moyen des films d'initiative française (en millions d'euros)
1994-2019
Sources : CNC



Evolution du nombre de films par catégorie de devis
2009-2019
Sources : CNC

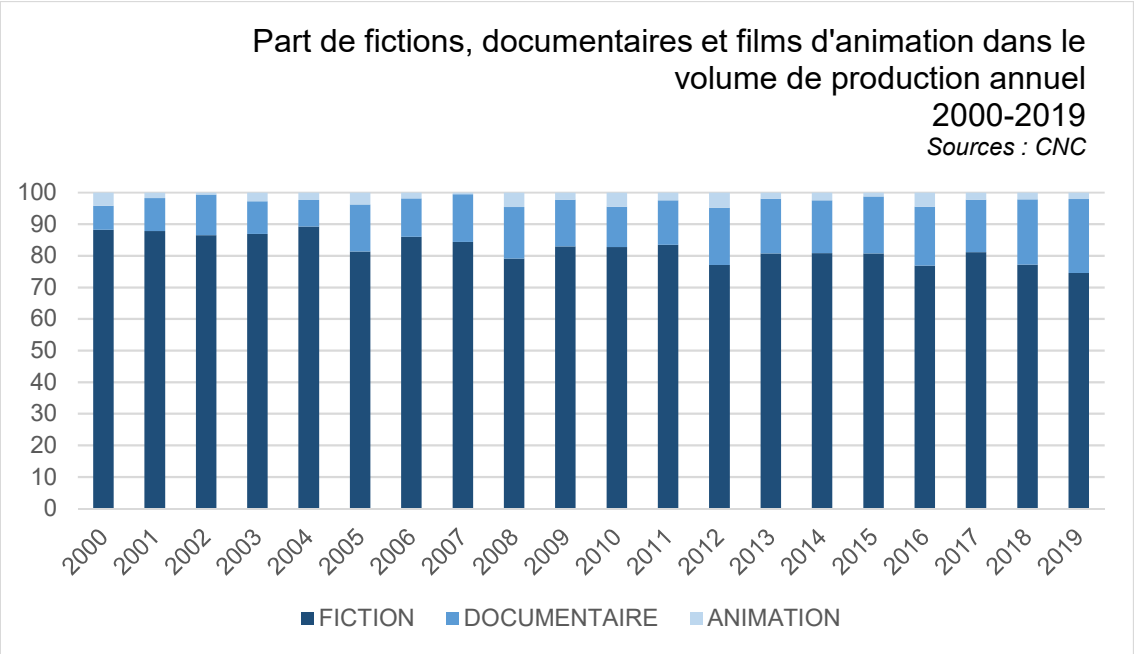


d'amortissement privilégié. Prenant en compte le biais productiviste et l'effet de cliquet que nous avons identifié, on comprend comment le système peut se retrouver dans une situation de prime abord irrationnelle, où le nombre de films augmente alors que les financements se raréfie. Au-delà de l'augmentation du nombre de films affichant un budget en dessous d'un million d'euros que nous préciserons ci-après, on constate un transfert vers des catégories de devis moins élevés : moins de films à plus de 7 millions d'euros mais plus affichant un devis entre 5 et 7 millions, moins de films entre 4 et 5 millions d'euros, mais plus entre 2 et 4 millions. C'est donc à un phénomène de plus grande dispersion des investissements que nous assistons.

2. Le poids important des documentaires dans le phénomène

L'augmentation particulièrement marquée du nombre de films à moins d'un million d'euros de budget est généralement source d'inquiétude car cela constitue la preuve d'une paupérisation accrue de tout un pan du cinéma français. En effet, le nombre de films affichant un budget inférieur à un million d'euros est passé de 22 en 2000 à 74 en 2019. Mais il convient de souligner le fait que la hausse de cette catégorie de films est à imputer à l'explosion du nombre de documentaires.

Représentant moins de 8% de la production nationale en 2000, c'est un genre qui pèse à près de 25% dans l'offre produite en 2019. En passant de 11 à 56 documentaires produits en 19 ans, ce genre a augmenté, en proportion, bien plus rapidement que le nombre de fictions et cela explique en grande partie la hausse importante du nombre de films produits pour un devis inférieur à 1 million d'euros (seuls 7 documentaires sur les 56 produits en 2019 ont un devis supérieur à 1 millions d'euros). On a assisté durant ces deux décennies à un renversement de la part des documentaires dans la catégorie des films français à moins d'1 million d'euros : d'un tiers de la production contre deux tiers pour la fiction en 2000, les documentaires représentent en 2019 plus de 65% des films produits ayant un devis inférieur à 1 million d'euros. Globalement, la production de fictions a été multipliée par 1,4 depuis 2000 tandis que celle de documentaire a été multipliée par 5. La hausse du nombre de films d'initiative française est donc à imputer pour moitié aux documentaires : en 2019, on produit 52 fictions mais également 45 documentaires de plus qu'en 2000.



Le marché du documentaire au cinéma, et particulièrement depuis le succès spectaculaire d'*Être et Avoir* de Nicolas Philibert qui parvient en 2002 à réunir plus de 2 millions de spectateurs, connait effectivement une période de dynamisme remarquable[79]. Sans chercher à l'opposer formellement à la fiction, notons simplement que les circuits de distribution, les méthodes de fabrication, les relais de financement et les débouchés potentiels en font un genre très particulier que nous distinguerons donc ici de la fiction. Notons également que l'augmentation du nombre de documentaires sortis au cinéma n'est probablement pas sans lien avec la résorption des cases de diffusion de documentaires de création à la télévision, ce qui explique également la proportion très importante de documentaires dans la part de films ne bénéficiant d'aucun financement d'une chaîne de télévision (55% en 2019).

3. Les risques de paupérisation du cinéma français

Cette nuance est importante à signaler pour éviter de porter un regard trop alarmiste à l'explosion du nombre de films affichant un budget inférieur à 1 million d'euros. Pour autant, cela ne doit pas occulter le fait qu'il y a une tendance à la contraction des devis en cours depuis une dizaine d'années.

Comme nous l'avons déjà évoqué, les chaînes de télévision historiques font évoluer leurs stratégies de préachat de manière différente avec la contraction de leurs

[79] Jean-Michel Frodon, *Le luxuriant paysage du documentaire en France*, Slate.fr, 31 octobre 2019

ressources. Tandis que TF1 et M6 ont réduit le nombre de films qu'elles préachètent tout en maintenant leurs investissements moyens, les chaînes du service public ont opté pour la stratégie inverse en réduisant les montants de leurs préachats tout en maintenant le nombre de films financés. A cet égard la stratégie de Canal+ a subi un renversement à partir de 2015 : la chaîne cryptée a d'abord opté pour le choix de maintenir le montant des investissements moyens tout en réduisant le nombre de ses acquisitions avant de faire machine arrière et de relance à la hausse le nombre de films préachetés en contrepartie d'une baisse de ses investissements. Pour Arte, qui n'est pas soumise aux obligations d'investissements et qui bénéficie d'un financement public franco-allemand, la situation est évidemment différente : la chaîne maintient à la fois le nombre de films qu'elle préfinance et le montant moyen auquel elle les préachète. Le montant total de ses investissements est néanmoins bien en deçà de ceux des autres chaînes.

En conséquence, des projets pourtant portés par des cinéastes reconnus, qui étaient généralement soutenus par les chaînes du service public, peinent maintenant à convaincre ces guichets. On peut citer ici les exemples de Christophe Honoré (*Plaire, aimer et courir vite*), Bruno Podalydès (*Les deux Alfred*) ou André Téchiné (*L'Adieu à la nuit*), trois réalisateurs auparavant financés par France 2 ou France 3 qui ont cette-fois ci obtenu un préachat d'Arte mais pour des montants évidemment moindres que ceux qu'auraient pu leur proposer les chaînes du service public. Arte n'augmentant pas non plus son volume de préachats, l'arrivée de tels projets à son guichet en bloque l'accès à d'autres. On pense ici à titre d'exemple à Emmanuel Mouret avec *Les choses qu'on dit, les choses qu'on fait* qui n'a pas obtenu de préachat de chaîne gratuite alors que ces films précédents avaient été financés par Arte. Ces catégories de films font probablement les frais d'une situation où, ayant du mal à s'imposer en salles face à la surexposition de certains titres qui les empêchent d'optimiser leurs entrées, ils glissent lentement vers une forme de marginalisation qui rend les chaînes frileuses quant à l'opportunité de continuer à les financer. Leurs capacités de financement s'amenuisent alors, leurs réalisateurs peuvent de plus en plus difficilement prétendre à des catégories de budget moyenne ou élevée.

De l'autre côté, c'est le nombre de films sans financement de chaîne de télévision qui augmente. En 2019, 87 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement d'une chaîne de télévision, soit plus d'un tiers des films d'initiative française agréés (36,3 %). En 2009, on n'en comptait que 37, soit 20,3% de la production de FIF. Là aussi, il faut noter l'importance de la production documentaire dans cette catégorie de

films. Néanmoins, il faut constater que le nombre de fictions sans financement de chaîne de télévision est passé de 18 à 40 en dix ans. Ce sont très majoritairement des films qui affichent un devis inférieur à 2 millions, voire 1 million d'euros (77% d'entre eux en 2019). Ils sont alors largement financés par leurs producteurs qui couvrent en 2019 56,2% des devis de ces films.

Deux menaces se profilent ici. La première est celle d'une standardisation accrue des œuvres. En effet, avec une concurrence accrue aux guichets de financement, et des perspectives de rentabilité qui s'amenuisent, la tendance est grande de mettre en production des projets rassurants et consensuels dont on anticipe de bonnes capacités de succès car des projets similaires ont déjà fait leurs preuves. Il faut peut-être y voir là les signes de la « paresse » que vilipende Eric Neuhoff dans son essai. La seconde est celle d'une marginalisation de la tranche la plus créative du cinéma français. Confrontés à la frilosité des financeurs, les producteurs de ces projets n'ont d'autre choix que d'opter pour des conditions budgétaires réduites, car ils sont rarement en capacité de porter à eux seuls le risque. Bien entendu, la qualité d'un film n'est pas liée à la largeur de son devis. Néanmoins, on comprend qu'avec la contraction des devis, c'est le champ des possibles formel et technique qui se réduit également. Cette austérité budgétaire semble pousser soit à la radicalité (*Les Garçons Sauvages* de Bertrand Mandico, *9 doigts* de F.J. Ossang) soit à la modestie (*Jeune Femme* de Léonor Serraille, *Retour à Bollène* de Saïd Hamich, *Ne croyez surtout pas que je hurle*, Frank Beauvais). Il ne s'agît pas là de questionner la qualité de ces films mais de prendre acte des différentes réactions au tassement des capacités de financement. Or, on le sait, même si ce n'est pas mécanique, il y a une corrélation entre le niveau de budget d'un film, sa combinaison de sortie, son exposition et donc l'étendue de son succès. Le risque de paupérisation du cinéma français est donc inquiétant car il peut condamner à la confidentialité une part de la production, au profit de celle qui détient les capacités de s'adapter le plus à un marché concurrentiel.

On peut évidemment arguer que c'est dans la contrainte que peuvent émerger les propositions artistiques les plus audacieux. L'exemple de la Nouvelle Vague est à ce titre très souvent employé pour exhorter les créateurs à tirer profit de la situation et à se dépasser. Mais la situation que nous vivons est sensiblement différente de celles des années 1950, même si le parallèle est tentant (érosion de la fréquentation du fait de la concurrence d'un nouveau mode de diffusion, hier la télévision, aujourd'hui les plateformes).

PARTIE III – Des pistes de réflexions pour ramener de l'équilibre dans la production française

Si les perspectives que nous avons tracées jusqu'ici peuvent sembler alarmantes, il ne faut pas en oublier le fait que le système de régulation de l'activité cinématographique dans son ensemble a de quoi s'enorgueillir. Malgré des effets indésirables, le soutien à la production a permis de préserver un tissu de structures variées, portées par de nombreux professionnels, techniciens et talents dont la qualité du travail est reconnue à l'international. Le volume de production a permis de maintenir un niveau de fréquentation important, avec un parc cinématographique dense et moderne, qui accorde des parts de marché très satisfaisante pour le cinéma national. Les films français s'illustrent dans les festivals internationaux où ils sont régulièrement récompensés. Les tensions que nous soulevons sont le fruit de distorsions inhérentes à un système basé sur des innovations vieilles de 35 ans. Il convenait de les identifier pour mieux les contourner.

Les années 1950, puis les années 1980 ont marqué des étapes majeures dans l'élaboration du système de régulation du cinéma. Les innovations qui ont alors été pensées ont été le fruit d'un volontarisme politique face à des situations de crise de la fréquentation et de sous-production. La situation que nous traversons actuellement est quelque peu différente puisqu'il s'agit d'une crise du financement et pas du volume de production. La voie d'un soutien quantitatif à la production ne semble pour autant pas convenir cette fois ci, au risque d'aggraver encore les déséquilibres entre le volume de l'offre et les capacités d'absorption de la demande. Car c'est bien la notion d'équilibre que nous devons garder en tête pour permettre au système de tendre vers une plus grande diversité.

Il paraîtrait irréaliste voire injuste d'imaginer que des mesures fortes soient prises pour réduire drastiquement le volume de production. Ce n'est sûrement pas souhaitable en termes de liberté de création et ce ne serait pas forcément efficace en termes de diversité. Cela pourrait même sembler contre-intuitif dans une situation où, au-delà du cinéma, jamais l'image animée n'a autant été au cœur des habitudes de consommation. Sans compter que derrière ces films se trouvent des professionnels qui vivent grâce au dynamisme de la production. On ne peut compter que sur le volontarisme du secteur pour éviter l'emballement et la fuite en avant. Mais un cadre doit être installé pour permettre

une stabilisation, voire une diminution, du nombre de films qui puisse sembler rationnelle au niveau microéconomique.

Il y a beaucoup à faire et ce que nous abordons ici ne sont que des pistes de réflexions qui méritent d'être approfondie pour mieux en saisir la portée. Trois voies concomitantes peuvent être explorées : d'abord, celle des perspectives de rentabilité qui concerne tant la vie des films en salles que sur les autres modes de d'exploitation ; ensuite, celle des relais de financement qu'il faut étudier au regard des enseignements que l'on peut tirer des mécanismes déjà en place ; enfin, celle de l'autonomie des sociétés de production qui doivent être le moteur de la diversité cinématographique. Il s'agit assez simplement de ramener un peu de rationalité dans le fonctionnement d'un système qui fait ses preuves.

A. Retrouver des perspectives de rentabilité

Comme nous l'avons dit plus tôt, il est inquiétant que toute une part des films français soit condamnée à la marginalité car cela ôte des marges de manœuvres à leurs producteurs. Il serait naïf de croire que tous les films peuvent prétendre au même potentiel de spectateurs et qu'ils pourraient tous connaître le même succès. Cependant nous avons identifié que la propension naturelle des entrées à se concentrer était accentué par des pratiques qui pèse sur la diversité en salles et donc sur la diversité de la consommation. Il convient donc d'évoquer des pistes pour les renforcer. Par ailleurs, le renouvellement des publics du cinéma s'affiche comme un enjeu important dans un contexte de désaffection des plus jeunes vis-à-vis du grand écran. Il en va de la pérennité du volume de fréquentation. Il apparait également nécessaire de s'interroger sur les autres modes de d'exploitation et notamment celui de la vidéo à la demande. C'est une exploitation qui mérite d'être valorisé car elle peut permettre un désengorgement des salles, mais cela ne pourra être le cas que si une véritable politique de lutte contre le piratage est mise en place.

1. Une meilleure promotion de la diversité en salles

Comme nous l'avons vu, la stratégie de l'offre saturante pèse pour grande part sur la visibilité des films français et accentue fortement la concentration des entrées autour de quelques titres aux dépens d'un grand nombre de films qui ne parviennent pas à atteindre 50 000 entrées.

Des propositions « dures » sont régulièrement avancées pour donner une meilleure visibilité à une plus grande diversité de films. La limitation du nombre de copies est appelée de ses vœux par des organisations professionnelles, notamment par l'ARP lors de ses Rencontres de 2017[80] et par la SRF par la tribune « Libérons les écrans » publiée avec l'ACID dès 2004[81]. L'idée principale est de fixer une limite aux combinaisons de sortie, une sorte de numerus clausus, qui imposerait un plafond à ne pas dépasser en termes de nombre de copies. Mais ici aussi, c'est le risque d'encourager une exploitation à deux vitesses. Les grands circuits et les cinémas des grandes villes seraient alors servis en premiers tandis que les petites salles, servies à contretemps, risqueraient d'être économiquement endommagées. Par ailleurs, le label Art et Essai, remis par l'AFCAE et qui ouvre la possibilité à un certain nombre de salles programmant les films labellisés de bénéficier de subventions, est lui aussi contesté en ce qu'il viendrait soutenir des films qui n'en ont pas nécessairement besoin (*Deux Mois* de Cédric Klapisch ou *J'accuse* de Roman Polanski, pour prendre deux exemples récents). Mais vouloir resserrer les conditions d'obtention du label, c'est encore prendre le risque de marginaliser certains films et certaines salles en associant l'art et essai aux petits budgets, à l'expérimentation forte, à la recherche.

Pour ne segmenter ni les salles, ni les films, ni les publics, il conviendrait d'envisager des méthodes plutôt incitatives pour récompenser les comportements vertueux en faveur de la diversité. Il s'agît à la fois d'éviter de durcir les relations interprofessionnelles, de favoriser une plus grande hétérogénéité de programmation et donc de public et de prévenir les risques de distorsions pouvant être amenés par des réglementations trop rigides.

Il convient alors de mettre en place cette méthode incitative en utilisant le levier des aides à l'exploitation et à la distribution. L'objectif est alors de mieux récompenser les sociétés aux pratiques les plus favorables à l'exposition des films.

On pense notamment aux engagements de programmation que doivent prendre les exploitants selon un critère de parts de marchés ou de nombre de salles. Ces engagements de programmation pourraient notamment porter sur une durée d'exposition des films et

[80] Table ronde, *Quelle place pour l'indépendance et la diversité dans un cinéma mondialisé – 2ème partie : Régulation*, Rencontres Cinématographiques de Dijon, 13 octobre 2017
[81] Cinéastes de l'ACID, *Libérons les écrans*, https://www.lacid.org/fr/magazine/liberons-les-ecrans-2316, 2004, consulté le 16 mars 2020

un nombre de séance. Des accords entre exploites et distributeurs ont déjà été signées en avril 2016 au CNC pour un engagement minimum de programmation des films sur 2 semaines. Ces engagements ne sont malheureusement pas toujours respectés par les exploitants. Il conviendrait de mieux les contrôler, notamment grâce au Médiateur du cinéma, et d'assujettir le versement des aides automatiques à leur respect.

A défaut de limiter le nombre de copies au niveau national, au vue des risques de bipolarisation que nous avons soulignés, on peut cependant envisager des mesures visant à limiter l'exploitation sur plusieurs écrans d'un même film[82]. Le but est alors de protéger l'accès des salles aux films tout en limitant les effets de la surexploitation de certains titres au détriment d'autres. La limitation du nombre de copies peut aussi s'expérimenter par zone de chalandise afin d'éviter une uniformisation des programmations des salles d'une même ville ou d'un même quartier. L'idée ici serait de ramener de la singularité aux exploitations en partant du principe que si celles-ci peuvent choisir les films qu'elles programment en fonction des particularités sociologiques de leur clientèle et de leur capacité d'optimisation des entrées.

Par ailleurs, il est envisageable de revaloriser le travail qualitatif d'accompagnement des films par les exploitants dans le calcul des subventions Art & Essai qu'ils reçoivent : rédaction d'un programme, rencontre avec les équipes, débats, programmations thématiques… Il s'agît là d'encourager les exploitations qui font preuve d'un réel travail d'animation et qui optent pour une véritable politique de public[83].

Enfin, concernant le système de soutien à la distribution, il conviendrait de rééquilibrer celui-ci en faveur des sociétés indépendantes, c'est-à-dire les sociétés qui n'ont pas de lien capitalistique avec un groupe national d'exploitation, une chaîne de télévision ou un groupe de télécommunication. Ces sociétés sont celles qui sont le plus exposées au risque car elles ne peuvent pas absorber leurs échecs dans d'autres activités, si ce n'est l'exploitation vidéo ou, pour certaines., la vente internationale. Elles tirent tous leurs revenus de l'exploitation des films et ont donc le plus à perdre d'une contraction du marché. Les sociétés de distribution adossées à des diffuseurs ne font pas face aux mêmes enjeux car les films qu'elles distribuent se placent dans une logique de péréquation avec

[82] Jean Labadie, *Dix solutions simples pour aider le cinéma en salle*, Télérama, 30 juin 2016
[83] François Aymé*, Les salles art et essai ont pris conscience qu'il leur fallait une identité, une âme*, Télérama, 10 janvier 2019

la rentabilité à l'antenne. Ce sont pourtant des sociétés qui bénéficient d'importantes assises financières et qui jouent le jeu de l'offre saturante. Vincent Maraval va jusqu'à proposer qu'on interdise « *aux groupes diffuseurs d'exercer un métier de distributeur* »[84]. Une mesure très forte, dont le pendant minimaliste serait l'exclusion de ces sociétés du bénéfice des aides publiques.

2. Le renouvellement du public

On l'a vu, les films français disposent d'un public fidèle et large qui plébiscite chaque année le cinéma national bien plus que chez nos voisins européens. Néanmoins, ce public vieillit et poursuit une tendance à la concentration de sa fréquentation sur quelques titres. François Aymé, président de l'Association Française des Cinémas d'Art et d'Essai le souligne :

« *Aujourd'hui, il faut rappeler qu'on ne nait pas spectateur – a fortiori, pour voir des films d'auteur- et que, si le public hexagonal est un trésor pour le cinéma français, ce public vieillit […]. Il faut soigner notre public. L'accompagner, lui faire des surprises, le sortir de son confort, le stimuler. […] Sans renouvellement du public, le beau cinéma français soit à perdre son âme, soit à mourir tranquillement* »[85].

L'enjeu du renouvellement du public est effectivement à considérer avec sérieux. D'année en année, les catégories les plus jeunes du public désertent un peu plus les salles au profit notamment des plateformes. Pourtant, le public jeune d'aujourd'hui constitue le vivier de spectateurs de demain. Le laisser s'éloigner de la salle, c'est donc prendre le risque de voir la fréquentation s'effriter à long terme.

La grande promesse du programme culturel du Président Emmanuel Macron va dans le sens de ce constat. En effet, le Pass Culture, qui est actuellement en cours d'expérimentation, vise à renforcer et diversifier les pratiques culturelles des jeunes Français. L'année de ses 18 ans, chaque jeune résidant en France pourra demander l'octroi d'une enveloppe de 500€ à dépenser pendant 24 mois sur le pass, parmi un large choix de spectacles, visites, cours, livres, musique, services numériques… Le pass peut

[84] Interview de Vincent Maraval par Jacques Mandelbaum, *La création doit se libérer du joug des diffuseurs,* Le Monde, 30 avril 2020

[85] *Quel avenir pour le cinéma français ? Trente personnalités du cinéma répondent*, Papiers, la revue de France Culture, n°32, Paris, mars 2020

notamment être utilisé pour les sorties culturelles (dont le cinéma) et l'achat ou la location de biens culturels (notamment la vidéo).

Cependant, ce dispositif fait l'objet de nombreuses critiques. En effet, on peut considérer que sans orientation, sans mise en perspective, sans accompagnement, ce montant accordé aux jeunes majeurs ne vienne pas les encourager à la découverte, la curiosité et la modification de leurs pratiques. Le risque est alors d'encourager des comportements déjà bien ancrés dans les habitudes de consommation et d'aller dans le sens de la concentration des consommations de biens culturels.

François Aymé propose notamment d'utiliser l'enveloppe prévue pour financer le Pass Culture (100 millions d'euros pour la part à la charge de l'Etat) afin de mettre en place un réseau d'animateurs et de médiateurs culturels[86]. Il s'agît d'une toute autre perspective : plutôt que d'agir sur la demande en donnant des moyens financiers aux jeunes consommateurs pour qu'ils puissent accéder à des biens culturels quels qu'ils soient, il s'agirait plutôt de mieux travailler l'offre pour la rendre plus accessible dans toute sa diversité. Pour François Aymé, « *il s'agit de semer plutôt que de distribuer* ». Ces animateurs, répartis sur tout le territoire et dans tous les domaines artistiques (dont le cinéma), seraient chargés d'établir des projets de médiation (rencontres, ateliers, activités spécifiques) en lien avec les acteurs culturels, les établissements scolaires, les universités, le milieu associatif, les collectivités territoriales afin de travailler dans la durée pour développer la curiosité et le désir de culture chez les jeunes qui constitueront les publics de demain.

Il conviendrait également de renforcer les dispositifs d'éducation à l'image[87] (Ecoles, Collèges et Lycées au cinéma) qui, aujourd'hui, ne touchent que 15% d'une classe d'âge. D'une part, ces dispositifs peuvent représenter un vivier d'entrées important pour certains films et donc des perspectives de recettes à ne pas négliger. D'autre part, c'est évidemment un canal qui permet d'aiguiller le regard et d'attiser la curiosité des plus jeunes, de leur donner le goût de la découverte et de la diversité et donc de participer sur

[86] François Aymé*, Les salles art et essai ont pris conscience qu'il leur fallait une identité, une âme*, Télérama, 10 janvier 2019

[87] Didier Si Ammour*, Le débat de midi*, *Y a-t-il trop de films qui sortent au cinéma ?*, France Inter, 16 août 2018

le long terme au renouvellement des publics dans une perspective qui ne soit pas celle de la consommation de masse.

Il s'agît enfin de redonner voix aux prescripteurs qui se sont effacés au profit de sites et blogs sur Internet. La France dispose déjà d'un réseau de festivals de différentes ampleurs (certains sont de renommés internationales, d'autres ont une visée beaucoup plus local). Mais les ciné-clubs, qui produisent un travail de terrain et de profondeur, sont largement affaiblis. Par ailleurs, à l'échelle nationale, il n'est pas déraisonnable d'imaginer que le service public puisse proposer une émission télévisée spécialisée dans le cinéma que ce soit sous la forme de programme d'analyse long ou de pastilles promotionnelles à heure de grande audience[88]. L'enjeu est alors de donner de la visibilité aux films qui ne peuvent pas forcément bénéficier de campagnes de sorties de grandes ampleur et donc de rééquilibrer l'exposition des films en faveur de plus de diversité.

3. Le problème du piratage

Il est également important d'évoquer la question du piratage. Pour le distributeur Jean Labadie c'est un prérequis absolu : « *Qui voudrait investir dans un secteur aussi peu protégé contre le vol ?* »[89]. En effet, on estime que 10,6 millions de Français piratent des œuvres cinématographiques et audiovisuelles chaque année et que l'impact sur l'économie du secteur représente un poids considérable, estimé en 2018 à un manque à gagner de 1,18 milliards d'euros. Si ce chiffre recouvre à la fois le secteur cinématographique et audiovisuel, il faut noter que 94% des pirates téléchargent des films américains, dont 45% de films français. Les organisations professionnelles s'inquiètent donc de l'absence de volontarisme politique dans la lutte contre le piratage, en témoigne le refus de représentants du cinéma indépendant de se rendre à une réceptionne donnée en 2018 à Cannes par Françoise Nyssen, alors Ministre de la Culture, qui lui reprochaient « son manque d'engagement en faveur de la création indépendante et dans la lutte contre le piratage de films ».

La problématique du piratage est multifactorielle. Elle est d'abord liée à une évolution des modes de consommation et du rapport aux œuvres. La rareté a longtemps été considérée comme une façon de faire naître le désir et donc comme un levier de la

[88] Jean Labadie, *Dix solutions simples pour aider le cinéma en salle*, Télérama, 30 juin 2016
[89] Interview de Jean Labadie par Manon Marcillat, *Macron, Pinocchio, Amazon : on a discuté avec le distributeur Jean Labadie*, Konbini, 13 mai 2020

consommation de films (comme je ne peux pas voir le film ailleurs, si j'ai envie de le voir, je suis contraint de payer pour le voir sur tel ou tel support). C'est ce qui constitue la base de la chronologie des médias. Les possibilités de diffusion ouverte avec Internet ont néanmoins mis à mal la force de ce principe de rareté au profit d'un usage qualifié d'ATAWAD (any time, any where, any device)[90] : c'est maintenant la disponibilité d'une œuvre qui est au cœur de la consommation[91]. Il s'agît alors d'accéder facilement et à moindre coût aux œuvres. En plus de la question de l'accessibilité, le piratage est évidemment motivé par le prix. Il convient de souligner que la propension des pirates à payer ces œuvres est proche des tarifs exercés sur le marché. Cependant, plus de 40% des pirates considèrent que les alternatives légales sont trop chères. Or, la politique de dissuasion individuelle mise en place depuis la création de la HADOPI ne semble pas être suffisamment efficace pour réduire le phénomène du piratage. Ce qui constitue le moteur pour un retour à la légalité semble plutôt être la montée en puissance des plateformes par abonnement qui permettent d'accéder à un grand nombre de programmes à un coût relativement faible et fixe.

Pour Jean Labadie, seule une politique de sanction individuelle peut faire réduire drastiquement le niveau de piratage en France : « *Quand on pirate en Allemagne, les fournisseurs d'accès à Internet donnent les adresses IP des pirates et cela suscite une contravention de 600 euros. Ça calme très vite les gens* »[92]. Une démarche plus coercitive de la puissance publique peut effectivement être envisagée quand on sait que la loi HADOPI n'a donné lieu qu'à une centaine de contraventions depuis sa création. Ce nombre très peu élevé de suites judiciaires (notamment en comparaison au nombre d'avertissement qui s'élevait à plus de 10 millions en 2018) interroge l'efficacité de ce système : si l'on peut penser que la portée pédagogique de la riposte graduée décourage un certain nombre de pirates à persister, l'écart impressionnant entre les avertissements et les contraventions laisse à penser que le dispositif n'est pas assez efficient. En effet, le

[90] André Gaudreault, *La fin du cinéma ? Un média en crise à l'ère du numérique*, Paris, Armand Collin, 2013
[91] Table ronde animée par Thomas Sotinel, Trop de films en France, Le Monde Festival, 6 octobre 2019
[92] Interview croisée de Carole Scotta, Saïd Ben Saïd et Jean Labadie par Julien Gester et Sandra Onana, *« Les gens veulent consommer tous à peu près le même produit, dans le même temps* », Libération, 20 décembre 2019

système se concentre sur les échanges peer-to-peer et peut donc être contourné en utilisant d'autres sources d'approvisionnements.

Il faut également souligner que l'impact du piratage n'est pas le même selon les supports de diffusion. En effet, alors que le manque à gagner est estimé à 85% du marché du DVD et à 78% de celui de la VOD à l'acte, on estime que pour la salle de cinéma, le manque à gagner n'est de l'ordre que de 4% du marché. La salle est donc assez peu touchée par le piratage et l'explication est assez simple : dupliquer une copie de la qualité d'un film en salles s'avère compliqué et la spécificité de la projection en salle protège encore ce type de consommation. Ce sont effectivement les relais d'exploitation, et en premier lieu la vidéo, qui pâtissent le plus des problèmes de piratage, puisque la substituabilité est bien plus forte, le visionnage s'effectuant dans des conditions très similaires[93].

Pour certains, c'est la preuve que le système de la chronologie des médias est aujourd'hui dépassé. C'est ce qu'explique Luc Besson qui considère que celle-ci « *doit éclater, bien évidemment, car elle encourage le piratage durant la période entre la sortie salles et la mise à disposition en VOD/DVD* »[94]. On retrouve dans son argument l'idée que c'est la problématique de l'accessibilité qui motive les pirates et donc que les règles de la chronologie des médias ne sont plus adaptées aux usages actuels.

4. Réflexions autour de la chronologie des médias

Le système de la chronologie des médias est sous le feu des critiques à mesure que les innovations technologiques apparaissent et que les habitudes de consommation évoluent. Ce système réglementaire, qui définit les conditions d'exploitation des œuvres cinématographiques sur les différents supports dans le temps, a pourtant été imaginé dans l'optique louable de protéger l'exploitation en salles et de maximiser les recettes sur chacune des fenêtres d'exploitation qui suivent (vidéo, télévision payante, télévision gratuite et aujourd'hui VOD et SVOD).

[93] Etude E&Y, *Piratage en France. Estimation du manque à gagner lié à la consommation illégale de contenus audiovisuels*, 2019
[94] Interview de Luc Besson par Sylvestre Picard, « *La chronologie des médias doit éclater* » , Première, 26 juillet 2017

Les récentes réflexions autour de la chronologie des médias – et de l'insertion de fenêtres pour les plateformes de SVOD – ont donc provoqué beaucoup d'attentes mais c'est finalement une réforme minimaliste qui a été mise en place en 2018.

Si la logique de la chronologie des médias est de protéger en premier lieu l'exploitation en salles, il s'agit aussi de prendre en compte la réalité du marché. Là où longtemps, on a privilégié l'idée que la rareté d'une œuvre provoquait le désir du spectateur, il semble évident que cette logique ne soit plus vraiment au goût du jour à l'heure d'Internet. Un film qui peine à se rendre visible avant sa sortie en salles ne reste qu'un temps très cout à l'affiche mais doit attendre 4 mois avant de bénéficier d'une sortie vidéo, 4 mois pendant lesquels il sera définitivement tombé dans l'oubli. Son distributeur ne prendra par ailleurs pas le risque de mettre en place une nouvelle campagne promotionnelle pour sa sortie vidéo. C'est ce qu'explique Vincent Maraval : « *Quand on voit qu'actuellement la vie d'un film en salles, c'est de dix à quinze jours, j'ai le droit de leur dire : « Pourquoi vous m'interdisez de montrer mon film en VOD au bout d'un mois et de profiter ainsi de ma campagne de promotion qui m'a coûté la peau des fesses, alors que vous, de votre côté, vous n'êtes pas capables de garder le film sur vos écrans et faire fonctionner le bouche-à-oreille ?* »[95].

Il existe déjà un système de dérogation pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées. C'est un système modeste qui permet de réduire à 3 mois le délai pour une sortie vidéo. Il est envisageable d'aller beaucoup plus loin pour certains films qui n'ont pas pu sortir sur une combinaison de copies suffisante ou qui n'ont pas réussi à attirer un large public, surtout qu'on sait que 90% des entrées salles sont réunies pendant les quatre premières semaines d'exploitation. Pour des films qui n'atteignent pas 100 000 entrées sur l'ensemble du territoire, il est fort à parier que le manque à gagner pour les salles serait minime s'ils pouvaient être exploités en VOD 6 voire 4 semaines après leur sortie salle. Une telle réduction leur permettrait en plus de bénéficier des effets des campagnes promotionnelles mises en place pour leur sortie grand écran.

Dans une perspective de désengorgement des salles, il est évidemment envisageable d'aller encore plus loin. C'est ce que propose le rapport Boutonnat qui envisage à termes de se diriger vers un système à l'américaine de contractualisation film

[95] Interview de Vincent Maraval et Michel Hazanavicius par Thierry Lounas, *Cinéma français jusqu'ici, tout va bien…,* Sofilm, n°17, janvier 2015

par film et d'envisager la possibilité d'établir des stratégies de sortie au cas par cas, sans nécessairement passer par la salle. Il y a un premier frein juridique[96] à cette proposition qui tient à la définition légale d'une œuvre cinématographique, à savoir une œuvre qui obtient le visa d'exploitation cinématographique et sort donc en salles. De cette définition dépend l'ouverture aux aides du compte de soutien cinéma. Dans une perspective de rapprochement entre le cinéma et l'audiovisuel, le rapport se propose justement de revenir sur cette condition et de ne plus faire de la sortie en salle la condition d'accès aux aides. Des expérimentations de sorties direct-to-VOD ont d'ailleurs déjà été opérées avec succès en France, l'exemple le plus marquant restant *Welcome to New-York* d'Abel Ferrara, sorti par Wild Bunch en 2014.

Cependant, une banalisation de cette stratégie pose question. En effet, le risque est de faire du direct-to-VOD le mouroir de toute une tranche du cinéma français jugé trop « petit » ou trop « fragile » pour affronter une sortie en salles. Comme le direct-to-DVD a éloigné une partie du cinéma indépendant américain des salles, ouvrir la possibilité généralisée de sortir directement en vidéo à la demande peut entraîner le risque de voir se développer une industrie à deux vitesses : d'un côté, la salle se réserverait aux plus gros films, à ceux qui créent l'évènement et qui ont les capacités de réunir de larges audiences ; de l'autre un grand nombre de films, potentiellement moins grand public, seraient poussés vers la VOD sans bénéficier nécessairement d'une meilleure exposition[97]. Il en va de même si l'on envisage une généralisation des sorties directement sur des plateformes de SVOD : le risque est grand de voir une partie des œuvres, souvent le moins accessible pour le public, remplir le fond de catalogue de ces plateformes. Des garde-fou sont évidemment envisageables, notamment concernant l'éditorialisation des plateformes[98], mais il ne faut pas perdre de vue que la salle reste la raison d'être d'un certain nombre de réalisations qui doivent pouvoir s'y épanouir. C'est le point de vue que défend Jean-Michel Frodon, s'inquiétant d'un « *processus qui menace désormais, en France, les films les plus audacieux, qui sont souvent ceux promis dans un premier temps*

[96] Sénat, *Projet de loi de finances pour 2020 : Médias, livre et industries culturelles : Livre et industries culturelles*, Avis n° 145 (2019-2020) de Mme Françoise LABORDE, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, 21 novembre 2019

[97] Jean-Michel Frodon, *Tourne-t-on (vraiment) trop de films en France*, Slate.fr, 7 mai 2019

[98] Didier Si Ammour*, Le débat de midi*, *Y a-t-il trop de films qui sortent au cinéma ?*, France Inter, 16 août 2018

à une vie commerciale limitée. Ils font pourtant aussi partie de ceux qui ont le plus besoin du grand écran, du dispositif de la salle, pour être vus comme ils le méritent »[99].

Il est néanmoins possible d'envisager des solutions hybrides qui puissent permettre de contourner le problème de l'engorgement des salles tout en préservant la sortie au cinéma, dans une logique qui vise à compenser les disparités d'exposition des films. A ce titre, on peut mentionner une proposition faite par l'ARP lors de ses Rencontres cinématographiques de Dijon en 2017 qui va dans le sens de l'expérimentation du day-and-date[100]. C'est une stratégie utilisée aux Etats-Unis depuis 15 ans déjà qui consiste à opérer une sortie VOD en parallèle d'une sortie en salles. Très concrètement, l'idée est de mettre en place une plateforme qui permettrait aux films bénéficiant de petites combinaisons de sortie de pouvoir être mis à disposition en VOD au même moment, avec un système de géolocalisation pour éviter tout risque de mise en concurrence avec le circuit des salles de cinéma. Cela pose un certain nombre de difficultés (quelle plateforme ? quelles conditions techniques ? quelle répartition des recettes ?) mais il peut être intéressant d'expérimenter cette méthode en France car elle peut s'avérer être une bonne alternative à l'encombrement des salles.

Par exemple, le film *Les Fauves* de Vincent Mariette sorti le 23 janvier 2019 sur 70 copies peine à convaincre : peu soutenu par la critique, difficile à positionner (le film n'est ni tout à fait un thriller, ni tout à fait un film fantastique, ni tout à fait un teen movie et un peu des trois à la fois), il réunit moins de 17 000 curieux en trois semaines d'exploitation. Pour autant, il bénéficie en VOD d'un taux de transformation bien supérieur à la moyenne. S'il avait pu être accessible en VOD dès sa sortie en salles, on peut imaginer que, bénéficiant de la campagne promotionnelle effectuée par son distributeur, il aurait pu être mieux exposé et voir ses recettes vidéos décuplées.

Cette proposition de l'ARP est elle-même issue des réflexions apportées par le rapport Lescure en 2013[101], qui envisageait également d'expérimenter une sortie vidéo avancée, deux semaines après la sortie en salles, pour les films qui auraient subi un échec commercial inattendu.

---

[99] Jean-Michel Frodon, *Op. cit.*
[100] Table ronde animée par Radu Mihaileanu et Pascal Rogard, *Quelles fenêtres, quelles valeurs, quelle chronologie ?*, Rencontres Cinématographiques de Dijon, 13 octobre 2017
[101] Pierre Lescure, *Op. cit.*

B. Envisager avec précaution de nouveaux relais de financement

Nous avons également abordé les tensions qui existent depuis dix ans sur le volume de financements auxquels ont accès les producteurs. Il convient de réfléchir aux relais dont ceux-ci peuvent s'emparer tout en considérant avec prudence les effets que ceux-ci peuvent avoir. L'un des enjeux actuels majeurs consiste en l'intégration des plateformes de vidéo à la demande par abonnement dans notre système de financement. Il faudra souligner les opportunités que cela représente mais aussi les limites. Nous aborderons également la question des financements étrangers qui semble être une alternative intéressante mais encore assez peu utilisée.

1. L'évolution des obligations des diffuseurs

La contribution des plateformes de vidéo à la demande par abonnement

L'un des principaux enjeux actuels eu égard au système du cinéma français concerne bien entendu l'intégration des plateformes de vidéo à la demande par abonnement à ce système. Il semble évident qu'on ne peut pas aujourd'hui ignorer la puissance de ces acteurs pour la plupart venus d'Outre-Atlantique : Netflix avec ses 6,7 millions d'abonnés en France début 2020, Amazon Prime, maintenant Disney+, Apple TV+, bientôt HBO Max et Peacock. Ces plateformes se font une place de choix dans les pratiques de consommation des Français grâce à leur politique d'exclusivité et de production de contenus originaux.

Il est notamment intéressant de s'intéresse à Netflix, dont la stratégie semble être celle de l'ancrage local, contrairement à ses concurrents qui conservent une implantation très américaine[102]. Ses choix de production sur le territoire français s'avèrent payants et n'ont aucune mesure en termes d'audience avec le marché français de la salle. Ainsi, le film *Banlieusards*, réalisé par le rappeur Kery James et Leïla Sy (produit par Christophe Barral et Toufik Ayadi, eux-mêmes derrière le succès des *Misérables*) a attiré plus de 2 millions de spectateurs en une semaine et se hisse à la troisième place du classement des programmes les plus vus en 2019 en France sur la plateforme, alors même qu'il est sorti en novembre. Le premier film de Guillaume Pierret, diffusé sur Netflix depuis le 19 juin

[102] Interview de Sara May, Damien Couvreur et Diego Buñuel, *Ces Français qui font Netflix*, Ecran total, 13 février 2019

2020, a réuni quant à lui 37 millions de curieux dans le monde en seulement un mois. *La Terre et le sang* de Julien Leclercq remporte également un gros succès sur la plateforme depuis sa mise en ligne en avril 2020. Et comme l'explique Kery James : « *Aucun diffuseur n'a voulu de mon film. Pourtant, mon scénario a été salué plusieurs fois, je suis quand même arrivé en finale du Concours Sopadin parmi 200 scénarios, j'ai été lauréat du Concours Beaumarchais... J'ai quand même un public depuis des années. C'est quelque chose qui a été très dur à comprendre* »[103]. C'est que Netflix s'est donné pour objectif d'aller sur des terrains délaissés par le cinéma, comme l'avoue Sara May, la directrice des acquisitions et co-productions pour la France et l'Italie : « *On essaie de trouver des histoires qui correspondent à nos abonnés, qui ne s'y retrouvent pas forcément dans ce qu'on leur propose à la télévision et au cinéma.* »[104]. Les abonnés de Netflix, on l'a dit, sont effectivement bien plus jeunes que le public du cinéma et bien plus encore que celui de la télévision. La plateforme a tout intérêt donc à leur proposer une offre différente de celle qu'ils désavouent dans les salles obscures par leur absence.

Dans cette perspective, l'extension des obligations de financement aux plateformes prévue par la nouvelle directive SMA et qui doit être transposée en France avant la fin de l'année 2020 semble être une double opportunité : drainer de nouveaux financements vers la création français et européenne et permettre à des projets jusque-là sujets à la réticence des diffuseurs traditionnels de voir le jour – et ainsi, espérer faire revenir un public plus jeune en salle. Cette perspective, qu'on avoue optimiste, ne peut être entrevue que si la directive est transposée avec précision et prudence. A cet égard, il existe plusieurs enjeux.

D'abord, concernant la place réservée aux plateformes dans la chronologie des médias. Imposer des obligations à ces plateformes ne pourra se faire sans contrepartie quant à leur fenêtre de diffusion. A l'heure actuelle, les plateformes dites « vertueuses » (c'est-à-dire qui respectent déjà un certain nombre de pratique en termes d'investissements dans la production, de diversification, de mise en valeur) doivent attendre 17 mois pour mettre en ligne un film diffusé en salles. La durée peut s'étaler jusqu'à 30 voire 36 mois pour les plateformes qui ne respectent pas ces obligations. La

[103] Interview de Kery James par Stacie Arena, "*Banlieusards", le film de Kery James que "personne ne voulait voir au cinéma"*, Huffington Post, 12 octobre 2019
[104] Interview de Sara May par Florence Santrot, *"Il n'y a pas de formule mathématique pour évaluer le potentiel d'un film ou d'une série"*, Grazia.fr, 17 janvier 2020

fenêtre accordée à Canal +, elle, commence 8 mois après la sortie salle. Le niveau des obligations des plateformes faisant plus de 5 millions de chiffre d'affaires sur le territoire, en cours de négociation, est pour l'instant envisagé à 25% vers les productions européennes et françaises[105]. Celui des chaînes généralistes, comme TF1 et Canal +, devrait être fixé à 16% tandis que les chaînes du service public devraient y consacrer 20% de leur budget[106]. A ce niveau d'obligations, il est difficilement concevable de ne pas aligner la fenêtre des plateformes sur celle de la télévision payante. Ce serait alors l'application du principe de neutralité technologique, appelé de ses vœux par l'ARP notamment. Cela parait d'autant plus légitime lorsqu'on sait que la loi de finances pour 2020 a entériné un rééquilibrage des contributions des chaînes de télévision et des plateformes avec une convergence du taux de taxation à 5,15% de leur chiffre d'affaires alors que celui-ci était fixé à 5,65% pour la TST et 2% pour la TSV[107]. De toute évidence, la perspective d'une consécration du principe de neutralité technologique n'est pas du tout satisfaisante pour Canal + qui estime que cela aboutirait « *à un effondrement de la contribution des acteurs de la télévision linéaire payante, au premier rang desquels le plus important d'entre eux, Canal*+ »[108]. Il est vrai que Canal+ dispose encore d'une position de force tant par son poids financier encore majeur, que par son engagement long de 35 ans dans l'industrie du cinéma. Soumettre la chaîne française à la concurrence directe d'acteurs américains, dont le contrôle est nécessairement plus complexe, sans lui accorder d'avantage compétitif, peut s'apparenter à une forme de désaveu mal avisé en l'absence de champion français de la SVOD.

A ce titre, il pourrait être judicieux d'inciter Canal+ à accélérer la transition de son modèle vers un fonctionnement plus proche de celui des plateformes. Il serait envisageable qu'en échange d'engagements renforcés pour la diversité, des souplesses soient accordées en termes de diffusion des films préachetés sur l'antenne. L'idée serait alors de soutenir Canal+ pour en faire une réelle alternative nationale aux offres de SVOD américaines.

---

[105] A noter que ces chiffres concernent les investissements vers le cinéma et l'audiovisuel

[106] Marina Alcaraz, *Réforme audiovisuelle : les plates-formes comme Netflix devront investir 25 % de leur chiffre d'affaires en France*, Les Echos, 14 janvier 2020

[107] Sénat, *Projet de loi de finances pour 2020 : Médias, livre et industries culturelles : Livre et industries culturelles*, Avis n° 145 (2019-2020) de Mme Françoise LABORDE, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, 21 novembre 2019

[108] Sarah Drouhaud, *Chronologie : Canal+ en désaccord sur de nombreux points du projet du Médiateur*, Le Film Français, 6 mars 2018

De plus, un point problématique des négociations avec les plateformes porte sur la répartition entre les obligations de financement du cinéma et des fictions télévisées. Du fait de leur stratégie d'abonnement, les plateformes ont besoin de programmes qui permettent de fidéliser leurs clients et à ce titre le format sériel est de toute évidence plus adapté. Par ailleurs, les orientations éditoriales des plateformes sont évidemment distinctes et elles n'accueillent pas toutes avec le même enthousiasme la perspective de devoir investir dans des œuvres cinématographiques européennes et françaises qui devront d'abord passer par la salle. Ainsi Amazon, après quelques tentatives du côté du cinéma indépendant, montre une tendance à se replier sur un cinéma plus commercial et américain, tandis que Disney intensifie sa stratégie de franchises dans laquelle il semble curieux de voir s'intégrer des films français. Le risque est grand de voir les obligations détournées par les plateformes et d'isoler un peu plus le cinéma du marché le plus porteur actuellement. Se pose alors la question d'un niveau « minimum », exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires et en nombre d'œuvres de cinéma, dont un niveau « plancher » pourrait être établi dans la loi ou par décret, avec des négociations au cas par cas.

Surtout, il convient de tirer le bilan de trente-cinq ans d'obligations d'investissements des chaînes de télévision afin d'éviter de reproduire les mêmes effets indésirables. Des engagements forts doivent être pris en faveur de la diversité du cinéma (premiers et deuxièmes films, films à petit budget). Le modèle économique de l'abonnement leur permet de ne pas dépendre des audiences par titre, ce qui peut les inciter à se positionne sur des projets risqués. Ces engagements ne pourront être acceptés par les plateformes que si elles bénéficient de réels avantages en contrepartie, d'où la nécessité de réorienter la chronologie des médias en leur faveur, voire de leur accorder des dérogations pour des sorties en simultanée en salles et sur Internet pour certains films issus de la diversité. Ces avantages peuvent être accordés au cas par cas, en fonction du comportement plus ou moins vertueux des différents acteurs de la SVOD.

Se pose également la question de la place des producteurs derrière les œuvres financés par ces plateformes. A l'heure actuelle, la couverture totale des coûts de production, rémunération producteur et frais généraux compris, a pour contrepartie la cession complète et exclusive des droits d'exploitation. Les sociétés de production se retrouvent alors dans la position de prestataire de services, sans aucune propriété sur les droits des films qu'elles mettent en production et sans pouvoir profiter des recettes d'exploitation. La loi audiovisuelle doit donc également éclairer le niveau de production

indépendante dans lequel les plateformes devront investir, en définissant clairement ce que la notion d'indépendance recouvre[109]. L'enjeu ici est de préserver la liberté de création et la diversité du secteur en évitant la formation de liens capitalistiques entre la production et les diffuseurs. A ce titre, il convient de sacraliser la définition juridique de l'œuvre cinématographique qui acquiert cette qualification par sa sortie en salles. L'idée n'est pas de s'adapter au modèle des plateformes américaines en les laissant s'alimenter en contenus originaux par leurs obligations mais bien d'adapter leur modèle sur le territoire national au système du cinéma français.

Les obligations des diffuseurs traditionnels

La baisse du concours des chaînes de télévision au financement de la production du fait de la contraction de leurs revenus doit pousser à une réflexion sur le contour de leurs obligations, un système imaginé il y a plus de trente ans dans un contexte d'expansion du marché. On l'a vu, la contraction des revenus des chaînes les pousse à réduire leurs investissements (soit en termes de volume de films soit en terme de montant investi par film) et à s'engager sur des films dont ils anticipent la meilleure rentabilité sur leur antenne. Des souplesses doivent probablement être injectées au système d'obligations pour les adapter au rôle déclinant que joue le cinéma sur leur antenne[110], pour compenser les éventuels avantages accordés aux plateformes (notamment en termes de chronologie des médias) tout en cherchant à mieux orienter leurs décisions d'investissement.

Deux dispositifs sont déjà à l'œuvre. C'est d'abord celui de la suppression des jours interdits, un système qui imposait des contraintes à la programmation des films sur les chaînes télévisées pour éviter la concurrence avec la salle[111]. Dans un contexte de disponibilité des œuvres induit par les plateformes, ce système semble en total décalage avec les habitudes de consommation. Le supprimer permettra aux chaînes de programmer les films avec plus de souplesse en les positionnant dans les cases de diffusion où ils pourront au mieux maximiser les audiences. Cette mesure semble faire l'unanimité dans

[109] Marina Alcaraz, *Réforme audiovisuelle : les plates-formes comme Netflix devront investir 25 % de leur chiffre d'affaires en France*, Les Echos, 14 janvier 2020
[110] Nicole Vulser, *Cinéma français : l'adieu à la télévision*, Le Monde, 19 mai 2019
[111] Sénat, *Projet de loi de finances pour 2020 : Médias, livre et industries culturelles : Livre et industries culturelles*, Avis n° 145 (2019-2020) de Mme Françoise LABORDE, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, 21 novembre 2019

les milieux professionnels. Par ailleurs, des expérimentations ont été lancées concernant la publicité pour le cinéma à la télévision. Cette mesure est bien plus sujette à débat. D'un côté, elle permet aux chaînes de télévision d'avoir accès à une autre source de revenus publicitaires et de plus, c'est un moyen de contrer un déséquilibre lié au fait que les œuvres audiovisuelles disponibles sur les plateformes ont accès à ce type de publicité. Néanmoins, le coût élevé d'une campagne publicitaire télévisuel ne peut qu'aller dans le sens des stratégies d'offre saturante des plus gros distributeurs qui seuls auront les moyens d'y accéder[112]. On peut bien sûr envisager de réglementer ces publicités avec un contrôle des politiques tarifaires des régies publicitaires ou avec un accès privilégié réservé aux moyens et petits distributeurs.

Par ailleurs, il serait intéressant d'asseoir les obligations au niveau du groupe et plus seulement chaîne par chaîne afin de le permettre une plus grande souplesse dans leurs choix d'investissements tout en continuant à tenir leurs engagements. Ce sera par là l'occasion de mieux intégrer les chaînes de la TNT qui font grand usage du cinéma pour élargir leurs audiences.

En contrepartie de ces souplesses devraient correspondre de nouveaux engagements en termes de diversité. Il doit y avoir un équilibre à trouver pour orienter les investissements des chaînes en termes de montant de préachat plutôt que de volume de films aidés, tout en évitant des effets de concentration trop marqués. Le rapport Bonnell propose notamment d'imputer une obligation d'intervention dans un certain nombre de premiers ou deuxièmes films sur les quotas d'œuvres indépendantes. L'idée ici est de soutenir ces films très généralement sous-financés et donc de donner des moyens suffisamment importants pour favoriser le renouvellement des talents.

2. Le recours aux financements étrangers

Si Vincent Maraval appelle la création à « *se débarrasser du joug des diffuseurs* » et qu'Alain le Diberder va même jusqu'à imaginer que les chaînes de télévision soient « *obligées de financer des films mais qu'elles n'aient pas le droit de les diffuser* »[113] c'est qu'ils pointent du doigt les effets des obligations que nous avons soulignés dans ces

[112] *Quel avenir pour le cinéma français ? Trente personnalités du cinéma répondent*, Papiers, la revue de France Culture, n°32, Paris, mars 2020
[113] Table ronde animée par Thomas Sotinel, *Trop de films en France*, Le Monde Festival, 6 octobre 2019

lignes. Il paraît sûrement utopique d'imaginer que le cinéma français puisse se financer sans l'abondance de ces capitaux, mais il peut être judicieux d'augmenter la part d'autres sources de financement, plus directement intéressée par la vitalité de l'industrie cinématographique. A cet égard, un regard vers l'étranger mérite attention.

Face à l'hégémonie du cinéma américain dans le monde, la cinématographie française peut avoir des airs de nain avec ses 5% de parts de marché dans le monde. Pourtant, la France fait partie des pays qui parviennent le mieux à exporter leur cinéma et ce notamment grâce à un vivier de vendeurs internationaux riche et dynamique. Mais force est de constater que les films qui connaissent le plus de succès à l'étranger ne sont pas ceux qui bénéficient le mieux du système des obligations d'investissement. Alain le Diberder pointe d'ailleurs du doigt « *la faible capacité d'exportation de films destinés à plaire aux télévisions françaises avec un casting calculé pour une promotion gratuite maximale sur les médias généralistes parisiens* »[114]. Si on met de côté l'exception Luc Besson, les succès du cinéma français à l'étranger sont avant tout portés par les films destinés au jeune public (*Mia et le lion blanc* de Gilles de Maistre*, Astérix – Le Secret de la potion magique* de Alexandre Astier et Louis Clichy*, Minuscules 2* Thomas Szabo et Hélène Giraud pour 2019), les coproductions internationales minoritaires (*Cold War* de Pawel Pawlikowski*, Everybody Knows* de Asghar Farhadi) mais aussi par un cinéma d'auteur qui réunit souvent plus de spectateurs à l'étranger qu'en France (*Doubles Vies* d'Olivier Assayas, 520 000 entrées à l'international contre 150 000 en France, *Portrait de la jeune fille en feu* de Céline Sciamma, 420 000 entrées à l'international contre 300 000 en France) et pat le cinéma de genre (*Dans la brume* de Daniel Roby, *The Room* de Christian Volckman). Ce qu'on peut en conclure, c'est qu'il existe de véritables opportunités pour une tranche du cinéma français qui a parfois du mal à s'imposer sur le marché national.

Que ce soit par le recours à la coproduction ou par les préventes, il faut considérer la possibilité de davantage se tourner vers l'international, notamment dans un contexte de forte croissance du marché avec la hausse rapide de la fréquentation des salles dans certains territoires où le cinéma français est en mesure de s'exporter. Un cadre favorable

[114] Alain Le Diberder, *Rationalité de la production de films français*, https://alain.le-diberder.com/rationalite-de-la-production-de-films-francais/, consulté le 4 avril 2020

à l'exportabilité du cinéma français peut alors être mis à l'étude. On peut à ce titre imaginer un critère d'exportabilité adossé aux aides du CNC[115]. Un tel critère est probablement difficile à évaluer a priori de la mise sur le marché, mais on peut envisager un système qui permettrait de générer un soutien automatique majoré en fonction du nombre de territoires vendus ou des entrées réalisées à l'étranger. Ou bien ce critère pourrait venir en compensation des points perdus à la procédure d'agrément pour un tournage en langue étrangère, et notamment en langue anglaise puisque cette langue permet de faciliter largement la carrière d'un film français à l'étranger. Il y a par ailleurs probablement à faire au niveau européen, que ce soit par le programme MEDIA ou Eurimages pour non seulement continuer à encourager les coproductions (d'autant plus lorsque l'on sait que le cinéma français s'exporte d'abord en Europe) mais aussi assurer la promotion des films soutenus, en Europe comme sur les autres marchés.

C. Renforcer l'autonomie des producteurs

Enfin, s'il s'agit de préserver les moyens des producteurs de la maîtrise de leurs projets, il convient de réfléchir aux leviers qui peuvent être actionner pour renforcer leur autonomie, clé de la liberté de création et de la diversité culturelle.

1. Réorienter le soutien vers l'écriture et le développement

Le soutien automatique, parce qu'il constitue un système mutualiste qui fonctionne en circuit fermé, est probablement l'outil le plus largement accepté et efficace de la politique culturelle du cinéma en France. Pour autant, il n'est pas sans dérive : du fait de son système de génération, il bénéficie d'abord aux quelques gros succès sans véritable effet de redistribution ; du fait de ses conditions de réinvestissement il encourage d'abord à la mise en production.

D'abord concernant sa génération, on peut considérer que le barème de dégressivité tel qu'il existe aujourd'hui n'est pas réellement adapté à une répartition efficiente de sommes générées. L'aide automatique a toujours été envisagée dans un souci de récompenser le succès et de l'entretenir par le réinvestissement, mais le fait est que son usage est particulièrement concentré par une dizaine de producteurs[116] et qu'elle a

[115] Dominique Boutonnat, *Op. cit.*
[116] Rné Bonnell, *Op. cit.*

tendance à segmenter le secteur du fait de sa dégressivité toute relative[117]. En effet, pour limiter son effet de « prime au succès », un taux de dégressivité est appliqué à la génération du soutien automatique selon le barème suivant :

- 111,87 % jusqu'à 1 500 000 entrées
- 85,02 % de 1 500 000 à 5 000 000 d'entrées
- 8,95 % au-delà de 5 000 000 d'entrées

Quand on sait que seuls une dizaine de films par an parviennent à dépasser 1,5 millions d'entrée, la pertinence de ce barème est tout à fait questionnable. Une refonte du barème pour privilégier les succès contenus notamment entre 500 000 et 1,5 millions d'entrées permettrait une meilleure redistributivité de l'aide automatique qui viendrait récompenser le succès d'œuvres potentiellement plus modestes en termes de moyens mais pas nécessairement en termes de qualités artistiques. On se situe toujours ici dans la perspective d'éviter les effets d'emballements sur des œuvres sous-financées portés par des sociétés sous-capitalisées.

Par ailleurs, il convient de s'interroger sur l'usage qu'il est possible de faire des ressources du soutien automatique. En effet, la mobilisation des sommes inscrites au compte de soutien d'un producteur se fait lors de la procédure d'agrément des investissements donc lors de la mise en production d'un projet. Une procédure annexe permet de mobiliser du soutien pour des dépenses de préparation bien précises : rémunérations des personnels engagés pour les travaux de préparation, frais de repérage, sommes versées pour le paiement d'options ou de cessions de droits. Cependant cette possibilité est plafonnée à 230 000€ pour les films de fiction. Les sommes, hormis celles versées en écriture, doivent être remboursées si le film n'est pas mis en production et ne fait pas la demande d'agrément des investissements dans un délai de 2 ans. Dans un contexte d'augmentation du volume de production et de sous-financement de l'écriture et du développement, il semble légitime de penser que ces mesures pourraient être intensifiées et élargies afin de neutraliser le biais productiviste de la mobilisation du soutien automatique. En effet, le soutien automatique à la production a fait ses preuves en termes de volume de production, mais on peut penser que dans la situation actuelle il peut constituer un levier intéressant pour encourager et amplifier les investissements en

[117] Le Club des 13, *Op. cit.*

écriture et développement. A ce titre, on peut imaginer qu'une part du soutien généré soit consacrée uniquement aux frais de développement et puisse être mobilisée même si les projets ne sont finalement pas mis en production. Pour ne pas assécher les ressources du fonds de soutien, il est probablement judicieux de conserver un délai au-delà duquel les montants doivent être remboursés, mais ce délai pourrait être allongé. L'outil du soutien automatique semble plus adapté que l'intensification des aides sélectives à l'écriture car il permet d'abonder l'ensemble de la profession sans distinction.

Par ailleurs, dans une perspective de réorientation des financements vers les dépenses d'écriture et de développement, on peut également envisager d'avoir recours aux sources dites « complémentaires » de financement, notamment les SOFICA et les régions. De par leurs conventions signées avec le CNC, ce dernier peut inciter les régions qui disposent de capacités financières trop réduites pour proposer des aides à la production conséquentes de se spécialiser dans les aides à l'écriture et au développement. C'est le choix stratégique opéré par la région Centre-Val de Loire qui pourrait donc être imitée par d'autres collectivités de taille comparables. Concernant les SOFICA, celles-ci peuvent être intéressée par le financement de projets en amont de la production, dans une stratégie de fidélisation des producteurs et des talents. Le risque financier est néanmoins très élevé à ce stade car les garanties de retour sur investissement sont extrêmement faibles. Une consultation avec les professionnels concernés permettrait d'évaluer l'opportunité d'une telle ouverture.

2. Limiter la dérive des coûts

Avec l'arrivée d'importants flux de financements en provenance des plateformes, il convient de mettre en place des dispositifs relatifs à l'inflation des coûts, afin d'éviter que les mêmes causes produisent les mêmes effets.

On l'a dit, des mesures ont déjà été prises pour limiter le poids des rémunérations des talents dans les coûts de production. Ces mesures ont été facilement détournée et notamment par l'entrée en coproduction de sociétés menées par certains talents, par lesquelles elles peuvent avoir accès non seulement à une part des éventuelles recettes, mais surtout au soutien généré par l'exploitation du film.

Il semble donc judicieux d'abord d'adopter une nomenclature des devis plus proche du modèle anglo-saxon, qui permettrait de mieux mettre en exergue le coût des talents par rapport aux restes des coûts de fabrication, tout en leur accordant plus de

transparence (notamment quant à la répartition entre les salaires et les BNC touchés au titre du droit à l'image). Sur cette base, des normes pour être définies par des négociations interprofessionnelles afin de fixer un équilibre entre le dessus de la ligne (le coût artistique des talents) et le dessous de la ligne (le coût de fabrication). Pour plus de souplesse, il conviendrait d'adapter ce rapport aux différentes tranches de budget. Il faut alors prendre acte du fait qu'il semble justifié que la part du « dessus de la ligne » augmente avec le devis, jusqu'à un certain niveau de budget où le poids du coût de talents se réduit à nouveau[118]. Le non-respect de ces conventions pourrait alors entraîner des minorations sur les aides publiques.

Une telle réglementation, qui peut sembler assez stricte, peut être compensée par le recours aux intéressements sur les recettes. Il s'agirait de considérer qu'une base de rémunération est couverte par le financement du film et qu'un surplus peut advenir en cas de succès. On a vu en effet que l'inflation des coûts de talents était liée à l'anticipation des recettes que la présence du talent en question pouvait drainer en son nom propre. Avoir recours plus systématiquement à l'intéressement permet d'acter cette situation tout en la récompensant uniquement en cas de succès avéré. En revanche, l'entrée en coproduction de sociétés montées par les talents doit être contrôlée par le CNC notamment parce qu'elle prive le producteur délégué d'une part de son soutien automatique et donc de ses capacités de réinvestissement dans des projets futurs.

3. La structuration du secteur de la production

Comme nous l'avons souligné précédemment, l'atomisation du secteur de la production et la faiblesse capitalistiques des sociétés qui en constituent le tissu industriel sont un facteur d'aggravation de l'augmentation du nombre de films et du biais productiviste du système du cinéma français. La hausse du nombre de films est liée à une hausse du nombre de sociétés de production qui le plus généralement ne parviennent pas à se structurer et se maintenir, puisqu'au volume de création de nouvelles sociétés correspond la sortie du marché d'un nombre également très important d'acteurs.

A ce titre, il convient de rappeler que l'autonomie financière des sociétés est gage de leur indépendance éditoriale. Le recours à des fonds d'investissement pour attirer des capitaux dans la branche est une piste qui remporte pourtant de plus en plus de suffrages.

---

[118] René Bonnell, *Op. cit.*

Les rapports Bonnell et Boutonnat proposent tous les deux des pistes de réflexions sur les changements à opérer pour attirer les capitaux privés. Il s'agit de modifications profondes du mode de fonctionnement actuel du système : intégration des coûts de distribution au budget du film, accès de tous les partenaires aux recettes dès le premier euro avec une redistribution au prorata des apports de chacun, audits du CNC et intervention de services de collecte et de répartition des recettes d'exploitation des œuvres (CAMA) pour assurer une meilleure transparence. Le rapport Boutonnat va encore plus loin, et c'est en ce sens qu'il a été mal reçu par la profession, en proposant de remettre en cause à terme la chronologie des médias (avec les risques que cela représente pour l'exploitation en salles), de rapprocher les secteurs de la production du cinéma et de l'audiovisuel (en invisibilisant les différences de nature entre les deux formats) de viser plus directement la rentabilité des œuvres et plus globalement en plaidant pour une logique industrielle et entrepreneuriale (avec un vocable très financier qui dénote dans un milieu attaché à sa part culturelle et artistique).

Ce rapport controversé a pour l'instant vu aboutir une de ses propositions : l'intervention de la Banque Publique d'Investissement (BPI France) qui, sous l'impulsion présidentielle, lance un fonds d'investissement de 225 millions d'euros pour soutenir les sociétés du secteur de la culture, dont 90 millions sanctuarisés pour le cinéma. La vocation de ce fonds est de participer à la structuration de PME en investissant en fonds propres en affichant très clairement un objectif de soutien aux projets à fort potentiel de développement. Il ne s'agît pas d'aider des entreprises en difficulté mais d'encourager les initiatives économiquement viables. Il évidemment trop tôt pour évaluer les effets de cette mesure qui, dans les termes du rapport Boutonnat, pour être incitative à l'investissement privé si elle s'avère payante. Il conviendra alors d'examiner avec attention ses effets en termes de structuration et de soutenabilité du secteur mais également, et surtout, en termes de diversité et de qualité.

De plus, le recours aux financements privés semble se confronter à plusieurs limites[119] et comporter des inconvénients[120]. Il existe en effet un certain nombre d'obstacles à l'entrée de capitaux privés dans le secteur : faible rentabilité de l'investissement, caractère évidemment aléatoire de l'activité, manque de transparence

[119] René Bonnell, *Op. cit.*
[120] Dominique Boutonnat, *Op. cit.*

notamment quant aux remontées de recettes, réticence d'une partie de la profession à des initiatives qui s'apparenterait à une financiarisation et une marchandisation croissante du secteur. Par ailleurs, en fonction du mode d'intervention des capitaux privés, l'autonomie de la structure de production n'est pas assurée d'en être renforcée. Avec un investissement en fonds propre, le risque est celui de l'encadrement assez strict de l'activité de l'entreprise, avec un partenaire potentiellement étranger au secteur à intégrer à la gouvernance de l'entreprise. Un apport ciblé sur un line-up de films semble moins engageant mais ne permet pas nécessairement de renforcer la structure. Quoi qu'il en soit, c'est une perspective qui peut avoir son intérêt pour les tranches les plus commerciales de la production, celles qui privilégient la profitabilité de leurs projets et qui peuvent le plus offrir des perspectives de rentabilité[121].

Par ailleurs, de manière plus modeste mais sans doute moins polémique, il est envisageable d'inciter au rapprochement entre les sociétés de production. A ce titre, on peut soulever l'exemple des *Confins du monde* de Guillaume Nicloux produit par Sylvie Pialat. Avec un budget de 7 millions d'euros, l'absence de chaîne en clair ou de l'avance sur recettes au plan de financement met en péril la viabilité économique du projet qui est alors sur le point d'être abonné. Cependant dans un « *rapport d'entraide, de solidarité et non d'opportunité* »[122], huit sociétés de productions indépendantes vont s'allier en coproduction pour mobiliser leur soutien automatique et ainsi couvrir le gap de financement. Si le contexte est plutôt révélateur d'une situation alarmante quant aux capacités de financement d'un cinéma d'auteur à budget moyen ou élevé, l'initiative, elle, est innovante et pourrait faire des émules. Ce type d'initiative pourrait être encouragé dès la phase de développement en encourageant les producteurs à mutualiser leurs dépenses par des cofinancements, avec un producteur en position de leadeur ou d'accompagnateur selon les projets. C'est par ailleurs la mutualisation de moyens d'entreprise (immobilier, équipes, frais généraux) qui pourrait permettre au secteur de mieux se structurer autour de pôles d'intérêts communs au sein desquels des stratégies de péréquation pourrait être mises en place. Ces dispositifs peuvent être encadrés par le CNC dans une perspective où

[121] Antoine Guillot, *F comme cinéma français, état des lieux avant travaux*, Plan Large, France Culture, 15 février 2020

[122] Sarah Drouhaud*, Le Worso innove pour Les confins du monde*, Le Film Français, 2018

le primat de la logique du soutien à l'œuvre, et non pas aux structures, serait alors considéré avec plus de souplesse.

Enfin, on peut également s'interroger sur la gouvernance des sociétés de production. Face à la complexification du préfinancement des films (multiplicité des guichets, frais financiers dû au recours accru aux établissements de crédits), à la recherche de rentabilité et d'amortissement des sociétés, à la nécessité de structuration des sociétés, on tend vers un profil de producteur-entrepreneur (à l'américaine, encouragé par le rapport Boutonnat). Dans le même temps, c'est un risque de désengagement des producteurs sur l'aspect éditorial et artistique du métier qui peut largement peser sur la qualité des films et isoler les auteurs. Il y a donc une sorte de bipolarité des producteurs tiraillé entre les aspects artistiques et entrepreneuriaux de leur activité. Il faut alors souligner qu'un certain nombre de sociétés qui se sont imposées et qui parviennent à se maintenir sont souvent organisées autour d'une dyade centrale, avec une répartition des tâches selon les activités (un producteur plus dédié à l'artistique, l'autre au financier) ou selon les films. L'idée étant de permettre de diversifier les projets et donc une plus grande péréquation entre eux. On pense ici à Olivier Delbosc et Marc Missonnier (Fidélité Films), Pascal Caucheteux et Grégoire Sorlat (Why Not Productions), Christophe Rossignon et Philippe Boëffard (Nord-Ouest Films), les frères Altmayer (Mandarin Production) ou plus récemment Jean-Christophe Reymond et Amaury Ovise (Kazak Productions) ou Toufik Ayadi et Christophe Barral (Srab Films). Les structures de production sont pourtant marquées par un phénomène d'hyperpersonnalisation (55% des sociétés[123]) lié à l'individualisme d'un milieu où prime les rapports interpersonnels. Il s'agirait donc également de passer d'un modèle de producteur bipolaire à une bicéphalie généralisée des sociétés de production.

[123] Olivier Alexandre, *La règle de l'exception : Ecologie du cinéma français*, Paris, Editions de l'EHESS, 2015

CONCLUSION

Ce travail a permis de souligner certaines distorsions qui sont à l'œuvre dans un système qui pourtant a démontré son efficacité. Par une démarche de soutien quantitative et productiviste, la production française parvient en effet à mettre sur le marché une offre riche et pléthorique. Mais ce n'est pas sans effet sur l'exposition des films, sur leurs capacités à être absorbés par le marché ni même sur leurs conditions de conception et sur leur qualité.

Pourtant, voir ralentir drastiquement le volume de production semble irréaliste : quels films auraient le droit d'exister ou pas ? qui en déciderait ? sur quels critères ? Il faut donc compter sur le volontarisme et la rationalité des producteurs s'il on veut voir ralentir le rythme de production. Mais encore faut-il que ceux-ci en aient les moyens. Il s'agit alors de protéger leur autonomie, leur rôle d'initiateur de projets et leurs capacités à la maîtriser. Dans cette perspective, on peut donc chercher d'abord à revaloriser la diversité en salles tout en modernisant la chronologie des médias pour qu'elle s'adapte mieux aux nouvelles habitudes des spectateurs. Il s'agit également de considérer le rôle majeur que les plateformes de vidéo à la demande par abonnement et de parvenir à s'ouvrir à elle en prévoyant des garde-fous pour préserver la diversité de la production. Enfin, ce sont les structures de production elles-mêmes qui doivent être renforcées pour qu'elles disposent d'une meilleure maîtrise artistique et financière de leurs projets. Il convient alors d'agir en gardant à l'esprit toutes les dimensions de la diversité culturelle pour favoriser un équilibre dans la pluralité des expressions cinématographiques.

Ces lignes ont été écrites dans un contexte sans précédent, celui de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19. Cette situation a engendré la fermeture des salles de cinéma pendant plus de trois mois ainsi que l'arrêt des tournages et d'une part des post-productions, un phénomène inédit jusque-là. Il est bien sûr trop tôt pour saisir les conséquences que l'arrêt brutale de toute l'économie du cinéma va avoir dans les mois, voire les années, à venir. Néanmoins, on tient là une opportunité, certes sous contrainte, d'expérimenter à taille réelle les effets de la contraction du nombre de films en salles (les films des studios américains qui privilégient les sorties mondiales sont décalés sine dine, laissant aux films nationaux l'occasion de bénéficier d'une meilleure exposition et s'emparer de la place qu'ils occupent en temps normal) et de la contraction du nombre de films produits (60 tournages ont été interrompus, d'autres décalés, ce qui laisse penser

qu'une pénurie de films est à prévoir dans les mois qui viennent, tandis que les pertes liées à l'absence de T.S.A. pendant trois mois risquent d'imposer une contrainte budgétaire au Fonds de soutien du CNC).

Au regard de la salle, les premières observations que l'on peut avoir après plus d'un mois de réouverture ne sont pas réjouissante. En l'absence de films porteurs (nombre de distributeurs préférant attendre l'automne pour s'assurer des conditions de reprise du marché), il n'y a pas d'effet d'entrainement entre les films et la reprise est pour le moins modeste, voire décevante pour la petite et moyenne exploitation dont certains représentants préfèrent opter pour la refermeture de leurs établissements. Concernant la production, la situation risque de déstabiliser encore plus un secteur déjà sous tension financière. Deux menaces se profilent : la fermeture des structures les plus fragiles d'un côté, et le suremballement de celles qui tentent de se maintenir de l'autre. Reste à savoir si c'est la loi du marché qui va faire le tri, au détriment de la singularité du cinéma d'auteur et de la diversité culturelle, ou si cette crise porte en elle l'opportunité de penser une nouvelle étape du fonctionnement de l'écosystème du cinéma français.

BIBLIOGRAPHIE

Sources statistiques : CNC 2000-2019

Bilan annuel

La production cinématographique

Les coûts de production

Les coûts de distribution

Rapports et études

BONNELL René, *L'économie des films français*, Les études du CNC, Paris, décembre 2013

BONNELL René, *Le financement de la production et de la distribution cinématographiques à l'heure du numérique*, rapport du CNC, décembre 2013

BOUTONNAT Dominique, Rapport sur le financement privé de la production et de la distribution cinématographiques et audiovisuelles, décembre 2018

GASSOT Charles, *Rapport sur l'écriture et le développement des scénarios des films de long métrage*, juin 2000

LECLERC Jean-Pierre, *Réflexions sur le dispositif français de soutien à la production cinématographique*, janvier 2003

LESCURE Pierre, *Contributions aux politiques culturelles à l'ère numérique*, Paris, 2013

KOPP Pierre, *Le cinéma à l'épreuve des phénomènes de concentration*, Centre d'Economie de la Sorbonne, juin 2016

Le Club des 13, *Le milieu n'est plus un pont mais une faille*, Paris, Stock, 2008

Textes juridiques et parlementaires

Assemblée Nationale, Commission des affaires culturelles et de l'éducation, Compte rendu n°55, session ordinaire de 2018-2019, 29 mai 2019

Sénat, *Les aides publiques au cinéma en France*, Rapport d'information n° 276 (2002-2003) de MM. Yann GAILLARD et Paul LORIDANT, fait au nom de la commission des finances, mai 2003

Sénat, *Projet de loi de finances pour 2020 : Médias, livre et industries culturelles : Livre et industries culturelles*, Avis n° 145 (2019-2020) de Mme Françoise LABORDE, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, 21 novembre 2019

CSA, *Les obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques*, https://www.csa.fr/Reguler/Promotion-de-la-production-audiovisuelle/Les-quotas-a-la-television, consulté le 25 mai 2020

CSA, *Soutenir la production cinématographique*, https://www.csa.fr/Reguler/Promotion-de-la-production-audiovisuelle/Soutenir-la-creation, consulté le 25 mai 2020

Ouvrages et essais

ALEXANDRE Olivier, *La règle de l'exception : Ecologie du cinéma français*, Paris, Editions de l'EHESS, 2015

BENHAMOU Françoise, *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 8ème édition, 2017

CRETON Laurent, *L'économie du cinéma en 50 fiches*, Paris, Armand Colin, 2012

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2009

ETHIS Emmanuel, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin, 2005

FOREST Claude, *Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande de cinéma*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2010

GAUDREAULT André, *La fin du cinéma ? Un média en crise à l'ère du numérique*, Paris, Armand Collin, 2013

MALRAUX André, *Esquisse d'une psychologie du cinéma*, Paris, Gallimard, 1946

NEUHOFF Eric, *(Très) cher cinéma français*, Paris, Albin Michel, 2019

TRUFFAUT François, *Chroniques d'Arts-Spectacles (1954-1958)*, Paris, Gallimard, 2019

Articles scientifiques

LE DIBERDER Alain, *Rationalité de la production de films français*, https://alain.le-diberder.com/rationalite-de-la-production-de-films-francais/, consulté le 4 avril 2020

LEVY-HARTMANN Florence, *Une mesure de la diversité des marchés du film en salles et en vidéogrammes en France et en Europe*, Paris, Culture Méthodes, 2011/1 (n°1), 2011

MOUREAU Nathalie, GERGAUD Olivier, BENHAMOU Françoise, *Le financement du cinéma par la télévision : une analyse économétrique des investissements des chaînes*, Economie & prévision, n°188, 2009

PALLUEL Christine, *Le financement public de l'industrie cinématographique,* LEGICOM, vol. 17, no. 1, 1999

VERNIER Jean-Marc, « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », Quaderni, n°54, 2004

VEYROGLOU Dimitri, PETON Gaël, *La politique française du cinéma au moment du rattachement du Centre national de la cinématographie au ministère des Affaires culturelles, 1957-1962*, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture, 2016

Articles et tribunes de périodiques

ALCARAZ Marina, *Réforme audiovisuelle : les plates-formes comme Netflix devront investir 25 % de leur chiffre d'affaires en France*, Les Echos, 14 janvier 2020

AYME François*, Les salles art et essai ont pris conscience qu'il leur fallait une identité, une âme*, Télérama, 10 janvier 2019

Interview de Luc BESSON par Sylvestre Picard, « *La chronologie des médias doit éclater* », Première, 26 juillet 2017

DROUHAUD Sarah, *Chronologie : Canal+ en désaccord sur de nombreux points du projet du Médiateur*, Le Film Français, 6 mars 2018

DROUHAUD Sarah*, Le Worso innove pour Les confins du monde*, Le Film Français, 2018

COUSTON Jérémie, *Y a-t-il vraiment trop de films français*, Télérama, 13 janvier 2020

FRODON Jean-Michel, *Tourne-t-on (vraiment) trop de films en France*, Slate.fr, 7 mai 2019

FRODON Jean-Michel, *Le luxuriant paysage du documentaire en France*, Slate.fr, 31 octobre 2019

Interview croisée de Carole Scotta, Saïd Ben Saïd et Jean Labadie par Julien Gester et Sandra Onana, *« Les gens veulent consommer tous à peu près le même produit, dans le même temps* », Libération, 20 décembre 2019

LABADIE Jean, *Dix solutions simples pour aider le cinéma en salle*, Télérama, 30 juin 2016

Interview de Jean Labadie par Manon Marcillat, *Macron, Pinocchio, Amazon : on a discuté avec le distributeur Jean Labadie*, Konbini, 13 mai 2020

Interview de Kery James par Stacie Arena, "*Banlieusards", le film de Kery James que "personne ne voulait voir au cinéma"*, Huffington Post, 12 octobre 2019

MADELAINE Nicolas, *Festival de Cannes : pourquoi la France produit-elle autant de films ?,* Les Echos, 8 mai 2016

Interview d'Olivier Bomsel par Nicolas Madelaine, *Olivier Bomsel : « Les séries TV mériteraient d'être plus aidées »*, Les Echos, Paris, mai 2016

Interview de Catherine Deneuve par Jacques Mandelbaum, *« On tourne trop de films en France aujourd'hui* », Le Monde, 23 avril 2019

Interview de Sara May, Damien Couvreur et Diego Buñuel, *Ces Français qui font Netflix*, Ecran total, 13 février 2019

Interview de Sara May par Florence Santrot, *"Il n'y a pas de formule mathématique pour évaluer le potentiel d'un film ou d'une série"*, Grazia.fr, 17 janvier 2020

Interview de Vincent Maraval par Jacques Mandelbaum, *La création doit se libérer du joug des diffuseurs,* Le Monde, 30 avril 2020

Interview de Vincent Maraval et Michel Hazanavicius par Thierry Lounas, *Cinéma français jusqu'ici, tout va bien…,* Sofilm, n°17, janvier 2015

MARAVAL Vincent, *Les acteurs français sont trop payés*, Le Monde, décembre 2014

ROUDEN Céline, *La rentabilité des films français en question*, La Croix, Paris, mars 2019

VULSER Nicole, *Cinéma français : l'adieu à la télévision*, Le Monde, 19 mai 2019

Conférences et débats

Didier Si Ammour*, Le débat de midi*, *Y a-t-il trop de films qui sortent au cinéma ?*, France Inter, 16 août 2018

Antoine Guillot, *F comme cinéma français, état des lieux avant travaux*, Plan Large, France Culture, 15 février 2020

Table ronde animée par Thomas Sotinel, *Trop de films en France*, Le Monde Festival, 6 octobre 2019

Table ronde animée par Victor Hadida, *L'inflation du nombre de films nuit-elle à leur diffusion ?*, Congrès des Exploitants de la FNCF,25 octobre 2019

Table ronde organisée par le GNCR, *Trop de films ? La diversité cinématographique en question*, Festival Premiers Plans d'Angers, 26 janvier 2007

Table ronde animée par Jean-Marc Lalanne, *Quelles perspectives pour le cinéma d'auteur français ?*, Les Inrocks Festival, 6 mars 2020

Table ronde animée par Radu Mihaileanu et Pascal Rogard, *Quelles fenêtres, quelles valeurs, quelle chronologie ?*, Rencontres Cinématographiques de Dijon, 13 octobre 2017

Table ronde, *Quelle place pour l'indépendance et la diversité dans un cinéma mondialisé – 2ème partie : Régulation*, Rencontres Cinématographiques de Dijon, 13 octobre 2017

Quel avenir pour le cinéma français ? Trente personnalités du cinéma répondent, Papiers, la revue de France Culture, n°32, Paris, mars 2020