

IMCA Pour la DG EAC, Unité C1

Etude n° DG EAC/34/01

Identification et évaluation des flux économiques et financiers du cinéma
en Europe et comparaison avec le modèle américain

EXECUTIVE SUMMARY

Avertissement

La Commission européenne
Direction Générale Education et Culture

Ni la Commission des Communautés Européennes, ni quiconque agissant sous la responsabilité de celle-ci ne peut être tenu responsable de l'utilisation qui pourrait être faite du présent rapport.

Les points de vue exprimés dans ce rapport sont ceux des auteurs. Ce rapport ne reflète pas nécessairement la position de la Commission et la Commission ne peut être tenue pour responsable de l'exactitude des informations présentées.

Reproduction autorisée avec mention obligatoire de la source.

Dans le cadre du programme de travail fixé par la communication, plusieurs études sont actuellement engagées pour approfondir la réflexion collective en vue d'une éventuelle révision de la directive TVSF, mais également pour mieux apprécier les moyens de faire disparaître les handicaps et obstacles potentiels à la circulation et à l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Le Conseil se félicite dans la résolution du 21 janvier 2002¹ de l'intention de la Commission de mener une étude sur l'identification et l'évaluation des flux financiers au sein de l'industrie cinématographique européenne afin d'évaluer les facteurs clefs déterminant les caractéristiques économiques de l'industrie.

Cette étude devra en particulier donner à la Commission des clefs d'analyse sur les flux économiques et financiers qui sous-tendent l'industrie du cinéma aux différentes phases de la vie des projets (pré production, développement, production, postproduction) mais également la promotion, l'exportation et la distribution. Elle devra également décrire les corrélations éventuelles entre la structure des financements, la répartition des recettes et les résultats financiers des films.

L'étude ambitionne également d'identifier et d'évaluer certains des facteurs économiques clés qui caractérisent l'industrie du cinéma.

Elle vise à repérer et à analyser les forces et les faiblesses des différentes phases de la vie d'un film, depuis sa conception (scénario), sa mise en chantier (pré production) à sa commercialisation dans les salles, puis sur les différents supports d'exploitation et de diffusion, dans tous les pays étudiés. Le travail de recherche présenté ici s'articulera autour des points suivants :

Chapitre 1- La méthodologie et l'analyse des pratiques professionnelles

Chapitre 2- Les caractéristiques des marchés du cinéma dans les différents pays de l'étude

Chapitre 3- La détermination d'un échantillon représentatif de la production européenne, auquel sera ajoutée un échantillon de taille réduite de la production américaine distribuée en Europe et l'analyse

Chapitre 4- Les conclusions et la formulation de recommandations à la Commission.

¹ (2002/C 32/04)

1. LA METHODOLOGIE ET L'ANALYSE DES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

L'approche méthodologique adoptée pour cette étude doit intégrer plusieurs niveaux d'information, en particulier sur les flux financiers. Par ailleurs, certains domaines connexes font l'objet de travaux complémentaires lancés récemment par la Commission (box office de la vidéo et du DVD pour la mise en place du soutien à l'édition dans le cadre du programme Média +, examen des systèmes de soutien nationaux et locaux, définition de l'œuvre européenne, du producteur indépendant, de l'œuvre indépendante) et dont les résultats ne sont pas encore connus et publiés.

L'approche film par film, souhaitée par la Commission européenne, implique que soient collectées des informations qui ne sont, en général, publiées nulle part, sauf pour quelques unes d'entre elles, accessibles en ligne sur un certain nombre de sites (référéncés en annexes), comme le box-office européen des films. D'autres enfin, comme les budgets de production (pour les demandes de soutien du fond Eurimages du Conseil de l'Europe), les plans de financement officiels pour l'agrément auprès du ministère de la Culture en France (Centre national de la cinématographie) ou le ministère de la Culture en Italie (Fondo di Garanzia) peuvent être obtenues auprès de ces organismes mais seulement après accord des producteurs.

Force est de constater l'insuffisance ou l'inadéquation des outils statistiques nationaux et européens portant sur l'industrie du cinéma dans la quasi-totalité des pays, hors quelques cas exceptionnels.

La seule indication fiable disponible, au niveau européen, est le nombre d'entrées en salle pour 28 pays d'Europe, recensé sur la base de données Lumière de l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Sur le marché américain, les seules données financières en ligne sont également celles relatives au box office.

1.1. Les limites de l'étude

Elles résident d'une part dans la faible disponibilité des interlocuteurs, et d'autre part dans la sincérité relative des données recueillies.

Le secteur est peu habitué à la transparence. C'est la première constatation qui s'impose aux consultants qui abordent la question de la collecte de données financières. Plusieurs explications sont possibles. Une des principales, selon les auteurs de ce rapport, est la nécessité de rembourser les investisseurs en co-production, qui provoque naturellement des réticences à divulguer des données

sur les recettes, a fortiori lorsque ces dernières sont nombreuses et que l'investissement s'avère rentable.

Cette explication vaut également pour les sociétés américaines.

Aucune société n'a, par ailleurs, l'obligation de fournir ses chiffres, en dehors de quelques obligations spécifiques liées à des demandes de subventions auprès d'organismes publics, comme le programme Media 2 ou l'avance sur recettes en France.

En raison de la sincérité relative des informations publiques, les chiffres officiels sont rarement les chiffres réels. L'écart entre un budget de production et le coût réel de fabrication du film peut osciller entre 5 et 25% en moyenne selon les pays et selon les films. Cette différence, qui varie également d'un pays à l'autre, s'explique par le fait que le montant des aides accordé est toujours calculé en pourcentage du budget du film. Ces budgets de film sont par ailleurs rarement audités.

Notre approche méthodologique nous a amené à privilégier plusieurs sources d'informations afin de suppléer aux faiblesses intrinsèques de chacune d'entre elles. Pour chacun des films retenus, nous avons recherché l'information :

- dans les bases de données publiques,
- dans les bases de données privées,
- par questionnaires et entretiens auprès des entreprises (producteurs, distributeurs, agents de vente),
- auprès des organisations professionnelles,
- auprès des institutions du secteur (organisations publiques, fonds européens, banques, agents de vente).

1.2. Les problèmes de définition

Définition de l'œuvre européenne

La définition de l'œuvre européenne qui est retenue pour cette étude est celle en vigueur dans le programme Media. Cette question de la définition de l'œuvre a fait l'objet d'une communication de la Commission au cours de l'année 2001. Du point de vue de l'ensemble des professionnels, la définition du programme Media est opératoire.

Pour le programme Média, est film européen toute œuvre récente de fiction (y compris films d'animation) ou documentaire d'une durée minimale de 60 minutes, produite majoritairement par un (des) producteur(s) européen(s) établi(s) dans les pays participant au Programme Media, et réalisée avec une participation significative de professionnels ressortissants/résidents des Etats participant au programme Media.

Plusieurs définitions de l'œuvre européenne coexistent (eg. Eurimages, Centre national de la Cinématographie, etc.) et malgré de fortes similitudes, ces systèmes de points ne correspondent pas toujours.

Une harmonisation des différentes définitions de la nationalité permettrait probablement de clarifier certaines incertitudes quant à la nationalité d'une œuvre et rendre opératoires les harmonisations au niveau européen de certains avantages domestiques dans la perspective du marché intérieur.

Définition du producteur indépendant

L'étude a retenu la définition issue des lignes directrices du programme MEDIA +, afin de catégoriser les films au sein de l'échantillon.

Le producteur indépendant est une entité qui n'est pas contrôlée majoritairement par un radio diffuseur, que ce soit sous la forme d'une participation ou d'un contrat commercial.

1.3. Structures des fiches films

L'idée prédominante a été de suivre les étapes clés de la vie d'un film en relation avec les demandes de la Commission européenne.

Chaque dossier film comprend 7 fiches :

- fiche 1 : l'identification culturelle et économique du film
- fiche 2 : les coûts de production du film
- fiche 3 : les sources de financement du film
- fiche 4 : les recettes du marché du film, ainsi que les aides publiques
- fiche 5 : l'analyse du point mort des distributeurs des territoires de coproduction
- fiche 6 : les revenus des ayants droit aux recettes du film
- fiche 7 : le résultat des ayants droit aux recettes du film

2. LES CARACTERISTIQUES DES MARCHES DU CINEMA DANS LES DIFFERENTS PAYS DE L'ETUDE.

Le travail présenté dans cette partie a pour but :

- d'évaluer la taille et la structuration des marchés européens dans les pays de l'étude
- de faire apparaître les éléments constitutifs et explicatifs de la demande nationale et de la consommation de films
- de faire apparaître les éléments constitutifs de l'offre nationale de films
- de permettre des comparaisons entre ces pays
- de comprendre le mode de fonctionnement et de production d'une industrie en liaison avec l'organisation du secteur

2.1. L'offre européenne face à la demande européenne

Les caractéristiques des données que nous pouvons tirer des matrices par pays font apparaître de grandes diversités de situation entre les pays. Mais il est important de souligner que cette diversité est plus sensible au niveau de l'offre qu'au niveau de la demande. Nous présentons ici les grandes caractéristiques constitutives de la demande et de l'offre de cinéma dans les pays étudiés.

La demande de cinéma dans les différents pays

La demande globale de cinéma est avant tout déterminée dans les pays de notre étude par plusieurs facteurs socio-économiques qui sont :

- La démographie du pays et en particulier la partie jeune de la population (moins de 25 ans)
- Le niveau moyen de revenu par habitant
- Le prix du ticket de cinéma
- La diversité commerciale proposée aux consommateurs

Le facteur démographique prend toute son importance quand on met en corrélation le pourcentage de moins de 25 ans dans la population (30% pour l'ensemble de l'Union européenne, 40% pour l'Islande et l'Irlande) et la fréquentation des salles de cinéma (nombre d'entrées).

Enfin, l'analyse de la demande devrait pouvoir s'appuyer sur un point qui ne faisait pas directement l'objet de l'étude, mais qui pourra être mis en corrélation avec les succès et les échecs financiers des films européens, à savoir la concentration de spectateurs sur un nombre limité de films et dans un nombre

limité de salles. Ceci ne préjuge pas de la rentabilité film par film mais peut constituer un élément d'explication pour certains des plus forts taux de rentabilité (petite configuration de salles/bon Box-office).

Il serait également important de pouvoir mesurer l'élasticité de la demande par rapport à tous ces facteurs socio-économiques mais également par rapport à l'offre de produits concurrentiels de la fréquentation en salles que sont l'offre alternative (si substitution il peut y avoir) des loisirs tels que la télévision, la location ou l'achat de DVD, les formes prochaines de la consommation qui seront rendues possibles par les nouvelles technologies de l'ADSL par exemple.

L'offre de films

On peut constater qu'il existe un décalage entre 5 pays européens et le reste de l'Europe. Ces 5 pays, l'Allemagne, l'Angleterre, l'Espagne, la France et l'Italie réalisent ensemble 67% de la production européenne. Mais le total de leurs productions respectives ne représente pour l'année 2000 que 71% de celle produite aux USA.

Au cours de cette année l'Europe et les Etats unis ont une production totale de 1367 films. Avec 739 films l'Europe représente 54% de ce total et les USA 46%, mais au niveau de l'exploitation en salles européenne, la part de marché de ces films américains représente 66% (pourtant le niveau le plus bas atteint depuis 1997 selon l'étude Focus 2002 World Film Market Trends éditée par l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel) alors que le bloc des films européens ne représente que 4,51% du marché américain la même année.

Le secteur européen est encore peu concentré, ce qui est probablement un effet, d'une part, des mécanismes de quotas et des pratiques professionnelles, qui limitent le recours aux mêmes sociétés de la part des diffuseurs et des organismes publics de soutien et, d'autre part, de l'extrême diversité et de l'importance des fonds publics, qui donnent une relative autonomie aux producteurs par rapport aux sources traditionnelles de financement.

Mais les évolutions récentes du marché devraient probablement générer un effet de "mortalité" important.

En ce qui concerne la part d'influence déterminante des fonds publics dans la production cinématographique, elle est probablement supérieure à ce qui est traduit ici, dans la mesure où dans chaque pays se développent des aides locales ou régionales, qui n'ont pas pu être toutes systématiquement recensées mais qui irriguent la production sous forme de subventions et d'obligations diverses (citons par exemple les obligations des télévisions régionales envers la production).

2.2. *Marché européen ou Europe des marchés ?*

L'analyse des marchés fait apparaître une relative homogénéité de la demande dans la majorité des pays de l'Union européenne. La proximité des niveaux de vie, le taux d'équipement en salles, les structures démographiques, permettent de comprendre les comportements assez proches des consommateurs. Mais cela ne constitue toutefois pas encore un grand marché européen, mais une Europe des marchés du cinéma, à laquelle les cinématographies européennes nationales sont encore insuffisamment préparées, alors que leur concurrent américain a déjà bien intégré le concept de marché « européen » intérieur.

3. DETERMINATION DE L'ECHANTILLON ET ANALYSE DES DONNEES

Nous avons présenté à la Commission un échantillon de films qui regroupait à l'origine 120 films, dont 12 films américains et 108 films européens.

3.1. Nombre de films et répartition nationale

Les 108 films européen sont été choisis de la façon suivante : le nombre de films de l'échantillon par pays est le produit d'un rapport entre la production nationale d'un pays donné sur la période considérée d'une part, et la production européenne dans la même période d'autre part.

3.2. Les films américains

Pour l'échantillon de films américains nous avons procédé de la façon suivante : Entre production indépendante et système de production des studios, se trouve la zone intermédiaire très dynamique des mini majors. Emanations des studios ou liées à eux par des liens capitalistiques et/ou des accords de distribution, ces sociétés ont une double culture.

Pour cette catégorie de productions nous avons choisi :

- Un petit budget, misé sur un jeune réalisateur prometteur, et porté en grande partie par la valorisation du marché international et,
- Un gros budget (20M€) réuni en partie grâce à des mécanismes de tax-shelters européens

3.3. Financement des films

Nous avons adopté pour les besoins de cette étude le point de vue de l'entreprise de production.

La première source de financement du cinéma en Europe est l'argent du soutien public. La part remboursable et la part non remboursable financent les films pour une proportion allant de 42 % en moyenne (Italie, Espagne) à 60% dans certains cas.

La deuxième source de financement est constituée de l'apport du producteur délégué. Les pourcentages varient d'un pays à l'autre dans une fourchette assez étroite. L'Allemagne et l'Espagne sont les pays dans lesquels la part du producteur est la plus faible.

Enfin la troisième source de financement est apportée par les chaînes de télévision et représente un volume moyen de l'ordre de 20%, sauf en Italie où le

financement des chaînes est de l'ordre de 2,40%. Cette situation italienne amène les producteurs à être plus sensibles aux subventions publiques et à plusieurs mécanismes de prêts bonifiés et de soutien du Fondo di garanzia

Financement des films des PECO

Les financements des films des PECO sont structurés différemment. Si, dans notre échantillon, les montants des apports des producteurs délégués sont aussi importants en pourcentage que ceux de leurs confrères des pays européens, le montant des apports des autres producteurs et des chaînes de télévision est sensiblement plus important. Nous sommes là dans une économie de partage des coûts, caractéristique de ces pays et des autres pays à faible capacité de production.

Autre caractéristique notable, la faiblesse attendue des financements publics, remboursables ou non, trouve une première explication, évidente, dans la faiblesse des ressources publiques de ces Etats. Une seconde explication est le noyautage des aides publiques d'origine supra étatiques par les principaux pays producteurs de l'Union européenne.

Les stratégies de financement de la production européenne.

Aujourd'hui, il existe deux façons principales de financer des films européens :

- A la façon des majors, c'est-à-dire par le marché, en intégrant un raisonnement sur la distribution, les négociations avec les banques, l'utilisation des avantages fiscaux européens, les perspectives de recettes par genre et/ou en fonction de la côte des talents, etc.
- De manière plus artisanale, en raisonnant par les coûts ou par la capacité de financement, en intégrant dans sa réflexion les diverses sources de soutien public, le financement par les chaînes, la vente d'une partie de ses droits, les minima garantis (MG) apportés par les distributeurs et les agents de vente, etc.

La stratégie la plus fréquemment adoptée est celle qui conduit à récupérer l'investissement sur le pays de production et où l'étranger représente alors de la marge pure. Cela reste très rare et difficiles pour les films à gros budgets, pour lesquels l'exploitation sur les territoires étrangers peut représenter de 35 à 50% des recettes.

Pour les films de catégories de budgets plus modestes, les apports en MG de la part des distributeurs et des agents de vente, quand il s'en trouve un pour prendre un tel risque, représentent une forme classique du financement qui peut apporter ainsi jusqu'à 20 % du coût du film. Mais compte tenu de la vive concurrence entre les distributeurs nationaux, ces investissements se concentrent

sur un petit nombre de productions nationales (comédies en général, ou films européens avec des vedettes américaines).

Cependant, le financement par les pré-ventes n'est pas une caractéristique essentielle du financement des films en Europe. Les intervenants financiers préfèrent de plus en plus juger de l'efficacité d'un film lorsque celui-ci est sorti.

Le montage des coproductions quand à lui, est souvent complexe, car il convient de respecter à la fois les traités internationaux et le système de points, qui qualifient l'œuvre pour l'aide ou le soutien national, tout en recherchant l'avantage maximum de l'exercice et, si possible, le cumul des avantages sur les territoires des coproducteurs. Cet exercice délicat et il faut le dire ici, peu transparent, pour lequel seul un petit nombre de producteurs européens est préparé, explique sans doute une bonne part des silences polis mais fermes rencontrés.

Un des avantages de la coproduction, pourtant, est de retarder ou de ne pas enclencher les paiements d'une partie de la production, ce qui fait que le risque est porté moins longtemps par le producteur. Mais les pré ventes apportent du cash et diminuent mécaniquement les frais financiers

L'optimisation des montages financiers

Ce type de coproduction a pour objectif d'utiliser, par exemple, une combinaison des fonds allemands et du *sales and lease back* anglais pour combler le *deficit financing*. C'est le type de montage financier qui convient pour des films aux budgets élevés. Ce type de financement est cumulable avec Eurimages et Media pour la distribution, si le film est distribué dans trois pays C'est la martingale financière idéale.

Sans que cela doive être jugé préjudiciable, on peut en conclure que la structure des coproductions européennes, si précieuse pour les pays où les fonds publics sont restreints ou inexistant, a été accaparée au fur et à mesure par l'industrie cinématographique la plus développée, industrie dont le système de financement national pouvait prétendre subvenir aux nécessités de financement de la cinématographie nationale.

Notons également que le développement du système de coproduction permet aux gros pays de produire plus de films en coproduction déléguée, moins aux petits pays, et empêche les pays de l'Europe PECO d'en produire (0 en 2001).

Les distributeurs, dans ce nouveau *trend* qui se dessine, sont également des coproducteurs. Certains distributeurs se positionnent en tant qu'investisseurs, là où auparavant ils n'intervenaient qu'en tant que distributeurs. Leur intervention se

fait alors de plus en plus en amont de la production et les amène à devenir des partenaires à part entière et à prendre des niveaux de risques contre garantis par des droits à recettes. Ces financements se portent, nous l'avons écrit plus haut, sur des films à gros budgets.

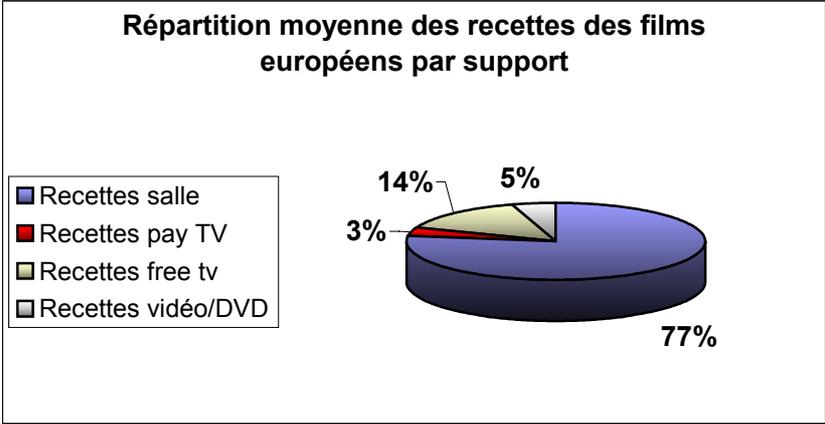
3.4. La spécificité de la structure de financement américaine.

Un premier élément différenciant tient au fait qu'il n'existe pas de politique de soutien public à la production de films et qu'il n'existe pas de subventions au Etats Unis.

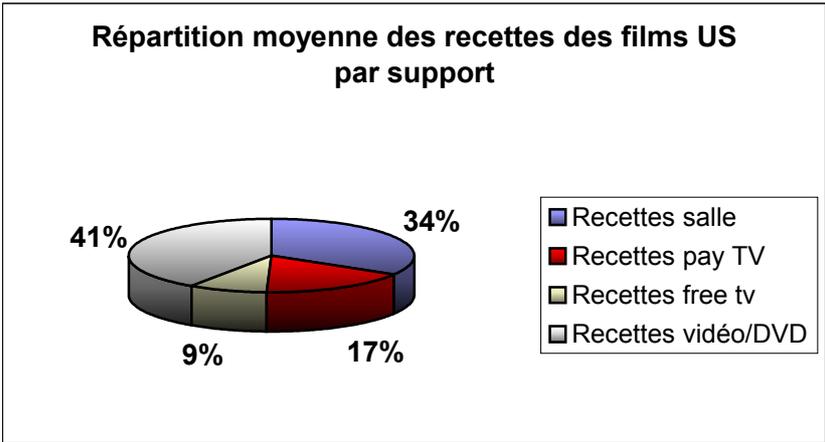
A l'exception des productions des studios, le financement des films américains se fait par un distributeur local et par un agent de vente qui interviennent souvent très en amont des projets. Leurs investissements devant souvent être majorés de 50 à 100% par les frais d'édition (P&A), les distributeurs américains cherchent de plus en plus souvent à partager le risque avec des distributeur internationaux.

Cette logique de marché pousse donc l'industrie américaine sur le marché international ou ce n'est pas une surprise, elle réussit plutôt bien, comme le montre l'analyse de nos profils de films américains présentés en annexe .Ceci est cohérent avec les propos que nous ont tenu les responsables de la MPAA, qui estiment que le marché international apporte aujourd'hui plus de 50% des sources de recettes du cinéma américain.

3.5. Structure des recettes



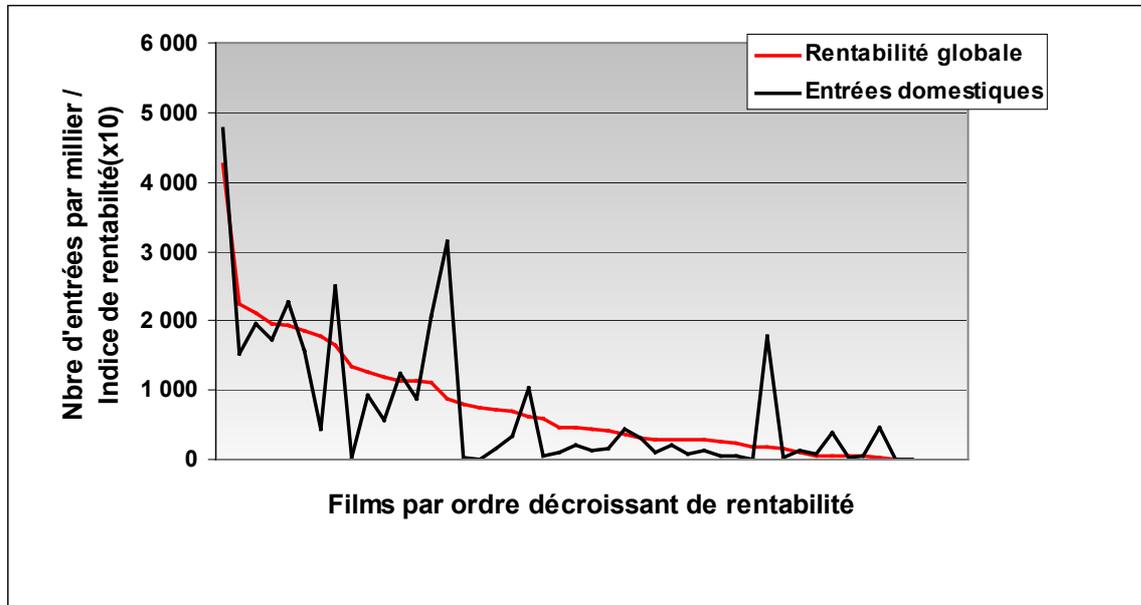
Source : IMCA



Source : IMCA

3.6. Impact de la salle sur la rentabilité

Notre analyse de l'indice de rentabilité, corrélé au nombre d'entrées en salle fait apparaître un trend révélateur du caractère fondamental, pour la rentabilité des œuvres, du succès en salle.



Source IMCA

3.7. La rentabilité des films pour les producteurs

Les producteurs européens ne sont pas dans la même logique que celle décrite ci-dessus. Notre analyse de l'échantillon fait apparaître des situations très variables d'un pays à l'autre, d'une catégorie de film à une autre. C'est ce que nous avons voulu illustrer par les profils de films européens présentés en annexe de l'étude et qui sans avoir la valeur de catégorie comme cela a été possible pour les films américains illustrent tout de même certaines logiques de marché européennes.

Dans la réalité européenne, le marché nous enseigne que le calcul de la rentabilité se fait de façon simple et on peut distinguer trois situations possibles :

- 1^{ère} situation : film financé à 100% sans apport producteur (ou faible)
C'est la rentabilité immédiate assurée puisque le salaire du producteur, les frais généraux et les imprévus sont couverts par le financement et constituent alors de la marge s'ils n'ont pas été consommés

- 2^{ème} situation : réussite au box office

C'est la grande chance de l'entreprise que le film marche au box office. Les remontées de recettes sont réelles et d'autant plus fortes que le producteur aura pu garder des droits. Mais l'importance des MG demandés rend très aléatoire ce retour sauf en cas de gros succès.

- 3^{ème} situation : box office national et international + ventes de droits à la télévision et à l'international

Cette situation est assez sensiblement identique à la précédente et la rentabilité sera d'autant plus forte, que les remontées de recettes seront fortes.

Les films rentables sont les films qui gagnent de l'argent sur leur marché national. C'est la recette salle qui est la source de la rentabilité globale d'un film. Les films qui sont très rentables gagnent de l'argent sur tous les marchés.

Parmi ceux-ci, les films les plus rentables sont ceux qui ont une vie internationale après leur vie sur le marché national. La rentabilité sur le marché international est liée aux bons choix de distribution (bon vendeur, bon réseau). Le producteur qui a su garder des mandats de vente et des parts sur négatifs peut mieux bénéficier d'un service internalisé de ventes que s'il confie le mandat à un vendeur extérieur.

La présence d'un agent de ventes n'est cependant pas garante de la rentabilité d'un film : une telle présence peut ne contribuer qu'à renforcer la carrière internationale d'un film, et non sa réussite financière. La présence de l'agent de ventes n'en est pas moins utile, dans la mesure où un bon producteur ne possède pas forcément le savoir-faire spécifique de l'activité de vente internationale.

Les coproductions sont un facteur de faisabilité du film mais n'augmentent pas la rentabilité pour le producteur qui a tendance à se désintéresser des territoires sur lesquels il n'a plus de mandat.

3.8. La rentabilité pour le distributeur national

Nous avons pu constater que certaines corrélations existent dans le domaine de la distribution. S'il n'y a pas de corrélation systématique entre budget et box office, il y en a une entre P&A et box office.

- Distributeurs et minima garantis

L'échantillon observé montre essentiellement deux types de contrat :

- contrat avec minimum garanti en pré-vente:
 - environ 20% des films
 - environ 50% des pays
- contrat sans minimum garanti en pré-vente :

- environ 80% des films
- environ 50% des pays

- **Distributeurs et frais de distribution**

Les films européens qui sont en moyenne les plus rentables sont ceux pour lesquels les frais de distribution (*P&A*) sont les plus élevés (rapport de 4 à 1). Quant aux films US, les films de studio présentent des frais de distribution de 10 à 20 fois supérieurs à ceux des films européens présentant les frais les plus élevés : les films des indépendants et un petit film d'une mini major se rapprochent des films européens et avec des frais de *P&A* assez proches présentent des rentabilités comparables aux films européens.

L'analyse des films non rentables montre plutôt des contrats sans minimum garanti (70% des cas), des entrées inférieures à 100 000 (80% des cas), des frais de distribution supérieurs à 100 000 Euros (70% des cas), des pertes supérieures à 100 000 Euros (60% des cas).

3.9. Détermination des perdants et des gagnants

Un film européen sur trois est rentable.

Dans trois films sur cinq, le producteur délégué ne récupère pas son apport producteur mais, quand le film gagne, il récupère mieux que tout le monde, sauf dans un cas où le diffuseur coproducteur récupère plus que le producteur délégué.

Les cas où les producteurs associés récupèrent également leur mise sont relativement rares.

Si cette mise est récupérée, c'est toujours avec des taux bien moindres que le producteur délégué. Il y a probablement une forme de justice spontanée du marché car le producteur délégué, quand il perd, perd autant que ses associés mais quand il gagne, gagne plus que ses partenaires.

La collecte d'informations réalisée auprès de notre échantillon montre que le grand perdant est toujours le fonds public qui apporte les subventions remboursables.

La rentabilité des films de l'Europe de l'est et orientale

Le travail sur notre échantillon montre que la rentabilité des films des PECO est inexistante aujourd'hui. Ainsi, de l'ensemble des films des PECO de l'échantillon, seul un film turc réussit à trouver sa rentabilité au niveau national. L'exportation reste extrêmement difficile.

La rentabilité des films américains

L'importance de la carrière américaine d'un film est déterminante pour sa carrière internationale, les distributeurs du monde entier étant particulièrement sensibles à la sanction du marché américain.

Le marché fonctionne selon une logique de production très segmentée et "marketée" qui part du postulat que la production cinématographique doit s'adresser à un public à la fois universel et déterminé.

Il convient également de souligner que, plus que jamais, les productions américaines sont financées en grande partie avec des fonds européens : avances des distributeurs, *output-deals* avec des diffuseurs, fonds d'investissement défiscalisés en Grande Bretagne et en Allemagne, crédits d'impôts.

3.10. Les tops et les flops de l'échantillon

Les 10 films les moins rentables

Les films "flops" sont majoritairement issus de petits pays et des pays de l'est : ce sont un film hollandais, deux films tchèques, un film turc, un film bulgare et un film hongrois qui n'ont, à ce jour, pas trouvé de rentabilité économique, que ce soit en tenant compte des subventions non remboursables (Rentabilité Globale ou RG) ou en sortant les subventions remboursables du résultat (Rentabilité Economique Approchée ou REA). Il s'agit, à l'exception du film hollandais, d'œuvres à petit budget (moins de 3 millions d'euros), qui doivent avant tout affronter un marché intérieur restreint, avant de pouvoir chercher des profits hors de leurs frontières d'origine.

Les 10 films les plus rentables

Le top 10 des films européens les plus rentables confirme l'impact positif de la zone géographique et du secteur de la production et de l'influence linguistique, puisqu'à l'exception d'un film portugais, tous proviennent des cinq « grands » pays. Ce sont des films qui ont eu un excellent box-office et une carrière européenne.

3.11. Les évolutions récentes du marché

Le marché du cinéma en Europe est en train de changer sous l'impulsion de plusieurs facteurs, dont le premier est l'évolution des pratiques des consommateurs européens.

Le marché du cinéma tend, malgré la régulation européenne et les régulations nationales, à devenir un marché tiré par la demande alors qu'il était depuis les années 1980 un marché de l'offre organisée autour des soutiens publics, des subventions et des obligations des chaînes.

La distribution européenne est un secteur en difficulté et son implication dans la distribution des films européens est en train de se modifier sous l'effet de la

concurrence alors que c'est précisément aujourd'hui qu'il faudrait au cinéma européen un secteur dynamique.

Enfin ce secteur est à la fois soutenu et concurrencé par la télévision : soutenu par des diffuseurs qui ont des obligations de diffusion et concurrencé en tant que loisir par des programmes qui sont l'essence même de la télévision. Que ce soit face aux *reality-shows*, à la fiction télévisuelle de chaque pays ou aux retransmissions sportives, le cinéma doit se débattre face à cette difficulté fondamentale : ses partenaires diffuseurs sont à la fois commanditaires et intermédiaires dans la relation avec le public. Les attentes du public sont aujourd'hui diverses et le cinéma doit se résoudre à n'être plus qu'un des produits d'appel de l'offre télévisuelle et à partager les places en prime time avec d'autres formes de production audiovisuelle dans les grilles de programmes.

Et ceci a pour conséquence immédiate, une fragilisation croissante du financement et de la circulation des films.

Contrairement au cinéma européen, le cinéma américain tire aujourd'hui environ 50% de ses recettes du marché international où ses techniques de distribution lui garantissent une exposition et un coût de distribution optimal. Le décloisonnement du marché pour une production européenne digne de ce nom nécessite des interventions coordonnées des Etats membres et de l'Union Européenne pour des soutiens publics. La part des financements publics est déterminante dans la plupart des pays.

Sans ces subventions remboursables (et très peu remboursées), une grande partie des films européens ne se ferait pas.

4. LES CONCLUSIONS SUR LES FILMS

Au terme de cette étude il est possible de tirer un certain nombre de conclusions qui éclairent assez bien selon les auteurs les pistes à suivre :

4.1. Les constats

- La couverture des coûts de production est problématique
- Les coproductions tiennent une place importante dans un marché difficile
- Les modes de financement sont nomades
- Les interventions publiques sont fondamentales, en particulier pour la production
- L'industrie du cinéma en Europe est un capitalisme sans capitalistes
- Une menace pèse sur les films à moyen budget, de plus en plus difficiles à financer sur leurs marchés nationaux

- Le repli des diffuseurs/investisseurs menace l'équilibre financier de la production
- La distribution et l'exploitation en salles au delà du marché domestique du film sont des exigences économiques et culturelles.
- Ces volets du programme Media+ sont essentiels pour l'industrie européenne alors que la distribution traverse une crise économique grave.
- Le risque de disparition des entreprises de taille moyenne
- Une exploitation accrue des marchés de niches

4.2. Le bilan et les recommandations

L'étude procède également à un bilan et des recommandations qui portent avant tout sur les besoins dans le domaine de la connaissance et de la compréhension du marché international, de la nécessité de retrouver le marché de la salle, et des besoins de formation dans le domaine de la gestion des entreprises.

Quant aux pays de l'Europe de l'est et orientale, les recommandations portent notamment sur :

- L'accès aux fonds mis en place par l'Union Européenne
- La circulation et la commercialisation des œuvres des PECO
- La nécessité de la promotion

4.3. Conclusion

Malgré certaines réticences professionnelles, il a été possible de collecter assez d'information financière pour avoir une compréhension approfondie du secteur et de ses mécanismes. Une plus grande transparence en donnant une vue objective et complète du marché permettrait sans doute d'aller vers un meilleur équilibre des besoins et des politiques de soutien.

Dans un secteur où les enjeux politiques, culturels, sociaux sont souvent exacerbés, et où la concurrence entre les Etats se traduit par la recherche du prestige ou de l'avantage commercial, bâtir une politique industrielle peut apparaître comme une gageure.

Mais l'Europe a su mettre en place dans un contexte compliqué, des structures techniques et financières qui complètent les moyens importants que les Etats membres apportent à leurs secteurs nationaux. L'Europe, tout particulièrement, a su mettre en place des mécanismes de soutien, pourtant encore insuffisants, sur des besoins bien identifiés par le secteur lui-même.

Mais les grands changements sont à venir et pour tous les Etats européens, quelle que soit la condition de leur cinématographie, forte ou fragile, les modifications structurelles du marché et en particulier des pratiques et des goûts

des consommateurs, de la concurrence entre les supports, et de la sensibilité des médias à la conjoncture, tout indique que des politiques nouvelles et ambitieuses doivent être menées sinon les fragilités observées dans ce secteur risquent de se transformer en faiblesses mortelles.

Dans ce contexte, il convient d'envisager des politiques qui permettront au cinéma européen de trouver sur tous les écrans du monde toute la place qu'il mérite, tant culturellement qu'économiquement.