

**MISSION DE MEDIATION ET D'EXPERTISE
RELATIVE AUX CONDITIONS ACTUELLES
DES SORTIES DE FILMS EN SALLES.**

Réalisée par Jean Pierre LECLERC

à la demande de la Directrice générale du Centre National de la Cinématographie

mai 2006

INTRODUCTION	<i>page 4</i>
PREMIERE PARTIE : LE CONSTAT	<i>page 8</i>
1.1 – L'augmentation de l'offre de films	<i>page 8</i>
1.2 – L'accroissement du nombre de copies	<i>page 12</i>
1.3 – Les irrégularités du calendrier des sorties	<i>page 15</i>
1.4 – La logique de la grande distribution	<i>page 18</i>
1.5 – De grandes différences dans l'exposition des films	<i>page 20</i>
1.6 - L'adéquation des films aux salles	<i>page 23</i>
1.7 - Les relations entre les distributeurs et les exploitants	<i>page 28</i>
1.8 - Le développement de la concentration horizontale et verticale	<i>page 35</i>
1.9 - La chronologie des médias	<i>page 38</i>
1.10 - L'évolution vers le numérique	<i>page 39</i>

SECONDE PARTIE : LES SOLUTIONS ENVISAGEES	<i>page 41</i>
2.1 – Maîtriser le nombre de films ?	<i>page 43</i>
2.2 – Réguler le nombre de copies ?	<i>page 45</i>
2.3 – Améliorer le calendrier des sorties de films	<i>page 48</i>
2.4 - Revoir le statut des salles et des films "art et essai"	<i>page 50</i>
2.5 – Améliorer les conditions de programmation des films en salle	<i>page 50</i>
2.6 - Procéder à un audit des différents systèmes d'aides	<i>page 54</i>
2.7 – Améliorer les relations entre les distributeurs et les exploitants	<i>page 59</i>
2.8 – Limiter les effets de la concentration verticale par rapport aux chaînes de télévision	<i>page 61</i>
2.9 - Revoir la chronologie des médias ?	<i>page 63</i>
2.10 - Renforcer la coopération et organiser la concertation entre les professionnels	<i>page 64</i>
CONCLUSION	<i>page 67</i>
ANNEXES	<i>page 69</i>
1 - Lettre de mission.	<i>page 70</i>
2 - Liste des personnalités rencontrées.	<i>page 72</i>
3 - Résumé des solutions envisagées.	<i>page 76</i>
4 - Rappel des mesures proposées par D. Goudineau (rapport sur la distribution des films en salles –mai 2000)	<i>page 79</i>
5 - Rappel des propositions mentionnées dans le rapport sur "le cinéma face au droit de la concurrence" (octobre 2002)	<i>page 81</i>

Sauf indications contraires, les tableaux statistiques mentionnés dans le présent document ont été élaborés à partir des données fournies par le Centre National de la Cinématographie.

INTRODUCTION

Par lettre en date du 15 décembre 2005, la Directrice générale du CNC a bien voulu me confier une mission de médiation et d'expertise relative aux conditions actuelles de sortie des films en salles ayant pour objectif de recueillir les avis et suggestions de toutes les parties concernées et de les aider à trouver des solutions adaptées, dans la perspective d'un recours à l'autorégulation plutôt qu'à la réglementation (*cf annexe n°1*).

Plusieurs observations préliminaires méritent d'être présentées :

- le document qui suit n'est pas un nouveau rapport sur la situation générale du cinéma français, qui en a connu de nombreux. Il vise simplement à rendre compte des contacts pris avec une part importante des professionnels intéressés (*cf. annexe n°2*) et à dresser la liste des problèmes et des revendications posées par les distributeurs et les exploitants. Il ne prétend pas apporter des solutions générales à toutes les questions recensées.

L'auteur s'est efforcé, dans la perspective de médiation définie par la lettre de mission, d'établir un constat de la situation et de rechercher les mesures qui peuvent relever de règles définies par voie d'accord entre les professionnels intéressés, sans qu'il ait à définir lui-même ses propres orientations.

De nombreux travaux réalisés récemment à l'initiative du C.N.C avaient traité de problèmes voisins, notamment le rapport de D. Goudineau sur la distribution des films français et américains en salles (mai 2000) et le rapport du groupe de travail sur le cinéma face au droit de la concurrence (octobre 2002), dont on regrettera que les propositions (*cf. annexes n°4 et 5*), du moins une partie d'entre elles, concernant les questions relevant de la présente mission, soient restées lettre morte dans leur grande majorité. On mentionnera également le rapport de la mission d'information du Sénat portant sur l'évolution du secteur de l'exploitation cinématographique (mai 2003).

- Le cinéma français est-il en crise alors que la quasi-totalité des indicateurs atteste de sa grande vitalité : la fréquentation a progressé de près de 30% au cours des dix dernières années, l'exploitation a retrouvé son dynamisme (800 écrans de plus qu'en 1996), la part de marché des films nationaux (comprise entre 35 et 40% depuis 2001) se situe à un niveau largement supérieur à celui observé dans les autres pays européens, le nombre de films produits et distribués n'a jamais été aussi élevé. Pourtant, la notion de crise revient périodiquement, en particulier du fait d'une certaine tendance des professionnels, dont l'activité est naturellement dominée par le film qu'ils sont en train de préparer, de produire ou de distribuer, à tirer des conclusions générales et définitives d'une situation qui peut n'être que temporaire.

Ainsi en 2002 les incertitudes qui pesaient sur l'avenir de Canal Plus avaient fait redouter une crise générale pour le financement du cinéma français, d'où le

rapport consacré à cette question et les mesures qui ont permis d'améliorer les conditions de ce financement.

Aujourd'hui, le problème se situe plutôt dans le domaine de la diffusion en salles. 2005 a été une année médiocre qui a marqué un recul de 10% de la fréquentation par rapport à 2004, ce qui contribue à une tension accrue dans les relations entre distributeurs et exploitants. Les optimistes pourraient être tentés de penser qu'une amélioration de la fréquentation en 2006 (ce que confirment les premières tendances observées au cours des trois premiers mois) suffira peut-être à résoudre ces difficultés et à atténuer cette tension. Mais une telle position serait sans doute imprudente.

- Si la notion de crise reparaît régulièrement, il ne faut pas se dissimuler que la situation actuelle est le point d'aboutissement d'une évolution fondamentale de l'activité cinématographique. Celle-ci est désormais marquée par l'accent mis sur l'extrême rapidité de la diffusion et de la consommation des films, comme de l'ensemble des biens culturels. Ainsi que le soulignent de nombreux commentaires, le cinéma rejoint, en ce domaine, la logique de la grande distribution : il s'agit de sortir le maximum de films, en même temps, et d'en faciliter la consommation immédiate et simultanée par le plus grand nombre de spectateurs possible.

- Compte tenu de ces transformations structurelles, par rapport auxquelles un retour en arrière est difficile à imaginer, il est normal que la relation entre distributeurs et exploitants soit au centre des difficultés, puisqu'elle subit directement les tensions qui résultent de ces nouveaux caractères de l'activité cinématographique.

Mais, dans une activité aussi réglementée que le cinéma, dont le lien avec l'intervention publique est évident, sans que cela porte en rien atteinte à la liberté d'expression, la solution peut-elle provenir en totalité d'une autorégulation résultant d'accords entre les différents intervenants ou de l'adoption de codes de bonne conduite ?

Cette mission doit beaucoup d'une part à la participation des personnalités entendues, d'autre part à la disponibilité et à la compétence de Gérard Mesguich. Que tous soient ici remerciés.

Une première partie de ce rapport sera consacrée à l'analyse de la situation telle qu'elle est présentée par les différents professionnels consultés et des difficultés dont ils font état.

Une seconde partie tentera d'examiner les solutions qu'il pourrait être envisagé d'apporter à celles-ci en particulier dans une perspective de concertation et d'autorégulation.

PREMIERE PARTIE : LE CONSTAT

L'ensemble des intervenants insiste sur un certain nombre d'éléments qui leur paraissent caractéristiques de la situation actuelle. On les analysera ci-après, en reprenant sur plusieurs points l'étude de D. Goudineau, sans omettre de souligner que leur importance relative n'est pas identique.

1.1 – L'augmentation de l'offre de films

C'est sans doute la constatation la plus généralement retenue. En dix ans, de 1996 à 2005, le nombre de films sortis en salles, en première exclusivité, est passé de 387 à 530, soit une augmentation de 37%. Depuis 2000, à l'exception de 2002, il se situe régulièrement au-dessus de 500, soit 10 nouveaux films en moyenne chaque semaine, alors que le nombre de films distribués en salles dans les autres pays européens est nettement moins important (Allemagne : 368 films, Espagne : 530 films, Italie : 392 films et Grande-Bretagne : 451 films en 2004).

On peut noter que le chiffre de 530 films atteint en 2005 avait même été légèrement dépassé (539 films) en 2000 sans qu'à l'époque cela ait paru poser problème, alors pourtant que le nombre des entrées ne s'élevait qu'à 166 millions contre 176 en 2005. Il avait également été atteint en 1982 pour décroître ensuite de façon sensible (370 films en 1990).

Evolution du nombre de films diffusés en salles et de la fréquentation

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Nombre de films diffusés en salles</i>									
387	414	447	519	539	514	459	515	534	530
<i>Fréquentation (en millions d'entrées)</i>									
136,7	149,3	170,6	153,6	165,8	187,5	184,4	173,5	195,3	175,7

Contrairement aux films américains dont le volume est resté stable au sein d'une offre globale en forte hausse, l'augmentation du nombre de films français est importante, sinon déterminante : 228 films français ont été diffusés en 2005 contre 160 en 1996.

Evolution du nombre de films diffusés en salles par "grandes nationalités"

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	<i>Evolution 2005/1996</i>
films français	160	185	174	200	216	217	196	223	229	228	+43%
autres européens	57	59	89	92	88	79	63	68	75	96	
films américains	139	138	158	177	186	157	145	164	160	147	+6%
autres nationalités	31	32	26	50	49	61	55	60	70	59	

En ce qui concerne la production, l'année 2005 marque le record absolu du nombre de films agréés par le C.N.C : 240 films, dont 187 d'initiative française, contre respectivement 203 et 167 en 2004. Le financement global de la production française augmente de près de 23% et atteint un niveau jamais atteint. On note une progression sensible des investissements étrangers, en particulier par le biais des coproductions minoritaires françaises, dont le nombre augmente de moitié.

Evolution du nombre de films français ayant reçu l'agrément

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Evolution 2005/200
films d'initiative française	145	172	163	183	167	187	+29%
films à majorité étrangère	26	32	37	29	36	53	+104%
total	171	204	200	212	203	240	+40%

Or le rapport sur le financement du cinéma de janvier 2003 soulignait que la production de 200 films français représentait déjà un niveau très élevé, qui ne manquerait pas de soulever des problèmes dans la mesure où le marché, qui s'est certes élargi et modernisé (le parc cinématographique compte 800 écrans de plus qu'il y a 10 ans), ne pourrait ni les absorber, ni leur proposer, compte tenu de leur nombre, des conditions d'exposition satisfaisantes.

L'augmentation de la production française est d'autant plus frappante qu'elle coïncide avec une baisse assez sensible de la fréquentation globale en 2005, qui a touché plus particulièrement les films français, lesquels, avec 65 millions de spectateurs, ont réalisé un nombre d'entrées en baisse de 14%. Celles-ci restent toutefois à un niveau très supérieur à leur moyenne des dix dernières années.

C'est l'inverse pour les films américains, dont la fréquentation (81 millions d'entrées), en baisse de 12% en 2005, est la plus faible depuis 1998, sachant que leur part, en nombre de films, n'a jamais été aussi réduite (28% des films diffusés en 2005 contre 36% en 1996).

Evolution comparée de la fréquentation entre films français et américains

<i>En millions d'entrées</i>	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films Français	51,3	52,0	47,5	50,4	47,2	77,3	64,3	60,5	76,1	65,0
Films Américains	74,3	78,0	108,0	83,7	103,3	87,0	92,1	90,5	92,3	81,0

Sans que cet inventaire ait un caractère exhaustif, l'inflation des sorties résulte de la combinaison de plusieurs éléments d'inégale importance, les plus fréquemment avancés par les professionnels consultés étant (par rapport aux phases successives de la vie d'un film) :

- Les conditions de financement, regardées par certains comme pouvant contribuer à l'emballement des sorties.
- La création, par les chaînes de télévision, de filiales (Mars Films pour Canal Plus, TFM devenue TF1 International pour TF1 et SND pour M6) qui interviennent sur le marché de la distribution en salles en diffusant un nombre de films relativement important (une cinquantaine par an en moyenne).
- Les aides à la distribution, sachant toutefois que les films qui en sont bénéficiaires (du moins pour certaines d'entre elles) disposent généralement d'une surface d'exposition réduite.
- Le nombre relativement important de films américains (une cinquantaine par an en moyenne) autres que ceux des "majors" américaines, sortis par des distributeurs qui ne sont adossés ni aux groupes cinématographiques intégrés ni aux chaînes de télévision.
- Les sorties dites "techniques" qui permettent à un certain nombre de films de remplir, du fait de leur sortie en salles, les conditions nécessaires à leur diffusion sur les autres supports.

- Les oeuvres dont la première diffusion fait l'objet d'une "avant-première" à la télévision juste avant leur diffusion en salles (principalement sur Arte).
- Le poids grandissant des multiplexes (ils représentent près de la moitié des entrées) qui ont besoin d'une offre de films abondante, même si un multiplexe de grande taille ne propose que 300 à 350 films par an au maximum.
- La place déterminante de ce type d'équipements au sein des deux plus grands circuits français (EuroPalaces et UGC).
- La mise en place par ces deux grands circuits de formules d'abonnement de type "entrées illimitées", dont le principe suppose une offre importante de films.
- Les besoins en films des chaînes de télévision à péage.
- Les contrats d'exclusivité en "output deal" (achats groupés) passés par Canal Plus et TPS avec les principales "majors" et les studios indépendants américains.

1.2 – L'accroissement du nombre de copies

Le nombre de copies tirées a plus que doublé en 10 ans, passant de 37.000 en 1996 à plus de 75.000 en 2005. C'est avec l'augmentation du nombre de films, le point le plus spectaculaire de l'évolution récente du secteur. Ce doublement ne traduit pas seulement l'accroissement de l'offre de films, mais dépasse nettement l'effet de celui-ci.

Evolution comparée du nombre de films et de copies

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>copies</i>	37.300	43.900	47.400	53.400	62.200	67.800	70.100	71.700	76.500	75.000 (prov)
<i>films</i>	387	414	447	519	539	514	459	515	534	530

Si le constat s'impose, l'analyse des causes et l'appréciation des effets varient selon les interlocuteurs. Comme pour l'augmentation de l'offre de films, l'accroissement du nombre de copies résulte de la conjonction de plusieurs paramètres, d'inégale portée :

- L'accroissement du parc de salles résultant notamment du développement des multiplexes.
- L'amélioration de la desserte des salles situées dans des villes moyennes ou petites (depuis 1996, 47% des copies supplémentaires leur ont été attribuées). Une partie des demandes de ces salles vise à satisfaire les besoins de leur clientèle dont une partie était susceptible de s'évader vers les multiplexes situés dans les grandes villes voisines. En ce sens, certains regardent comme positif l'accroissement du nombre des copies dans la mesure où il se fait pour une part importante au bénéfice de ces villes.
- La demande croissante du public à bénéficier immédiatement des films de grande audience qui conduit certains exploitants à adopter le principe de la "multiprogrammation".
- La surexposition accordée à certains films (notamment américains) dans le but de mieux les valoriser sur les supports de diffusion autres que la salle.
- L'effet de l'activité des distributeurs adossés aux chaînes de télévision, dont les films représentent 10% des sorties, mais 23% des copies.
- La diminution du coût du tirage des copies.

Faut-il y voir également, comme certains l'avancent, une action déterminée des producteurs, voire un effet secondaire de l'intervention du médiateur, non par le nombre de copies qu'il peut accorder directement, mais par le fait que la menace de le saisir permet presque toujours à l'exploitant de "décrocher" la copie supplémentaire qu'il souhaite, ou enfin l'effet du maintien par l'Etat d'une politique de tirage de copies (alors que celle-ci représente à peine 3% de l'ensemble des copies) ?

L'accroissement du nombre de copies ne peut être analysé sans faire référence à la progression de la fréquentation en salles. Cette évolution, rappelée dans le tableau ci-après, fait apparaître que le nombre de spectateurs est passé de 137 millions en 1996 à 176 millions en 2005, soit une augmentation de 22% alors que dans le même temps le tirage de copies a doublé.

Il en résulte un abaissement spectaculaire (de l'ordre de 30% par rapport à 1996) du nombre de spectateurs par copie. A cet égard, certains distributeurs estiment qu'en satisfaisant la demande croissante des exploitants sur certains films, une partie des copies n'est plus rentabilisée.

**Evolution comparée de la fréquentation, du nombre de films diffusés en salles,
du nombre de copies et du ratio "entrées par copies"**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Entrées*	136,7	149,3	170,6	153,6	165,8	187,5	184,4	173,5	195,3	175,7
Nb films	387	414	447	519	539	514	459	515	534	530
Copies	37.300	43.900	47.400	53.400	62.200	67.800	70.100	71.700	76.500	75.000
Ratio entrées/copie	3.408	3.292	3.545	2.791	2.720	2.710	2.473	2.338	2.439	2.343

**en millions*

Cette baisse du ratio "entrées par copie" (40% de moins pour les films français notamment) est une des raisons du raccourcissement de la durée d'exposition des films, durée qui constitue (*cf. chapitre 1.6*) un des éléments principaux dans la stratégie de diffusion des films les plus fragiles. Mais elle est aussi la preuve qu'une diffusion élargie a été favorisée.

1.3 – Les irrégularités du calendrier des sorties

Un autre problème, relatif aux conditions d'accès des films aux salles, est celui du calendrier des sorties, et notamment de la répartition de celles-ci au cours de l'année.

Les évolutions mensuelles de la fréquentation traduisent une "saisonnalité des sorties" reposant sur des principes qui semblent bien établis pour les programmeurs.

Le premier de ces principes est que les films français, à la différence des films américains, n'auraient pas de spectateurs potentiels en été.

Il faut rappeler que le CNC avait, en 1998, engagé une action pour favoriser la sortie des films français au cours de l'été : un système de majoration du soutien automatique (50% au profit du distributeur et du producteur) avait été mis en place pour une durée de trois ans. Cette mesure, qui concernait tous les films agréés sortis entre le 15 juin et le 15 août, n'a pas été reconduite faute de résultats immédiats probants.

L'absence alléguée d'un marché potentiel pour les films français en été est sans doute en partie liée au fait qu'à cette période, les chaînes de télévision abrègent leurs émissions d'information et suspendent la diffusion de leurs émissions culturelles, ce qui les prive de l'essentiel de leur capacité à promouvoir les films

qui sortiraient en salles au cours de cette période. La pression des ayants-droits s'exerce pour une sortie à un autre moment. Et cette désaffectation trouve aussi son origine dans la fermeture des grands pôles universitaires qui s'accompagne souvent, à cette période de l'année, de la fermeture d'un certain nombre de salles "art et essai".

Un second principe conduit à organiser les plans de diffusion autour de quelques semaines de l'année jugées propices à la fréquentation (notamment lors des vacances scolaires hors période estivale) qui offriraient, a priori, de meilleures conditions pour optimiser la sortie des films. Dans ces périodes d'encombrement des écrans, les tensions concurrentielles sont telles qu'elles conduisent les distributeurs, "indépendants" notamment, à "se livrer une lutte fratricide sur les quelques écrans restant disponibles", comme l'indique la S.R.F. Le mois d'avril 2006 mérite, à cet égard, une mention particulière, comme le souligne un article des "Echos" du 12 avril 2006.

Au regard de ce problème d'étalement des sorties dans l'année, si l'on compare 2005 à 2004, on observe par rapport à une baisse annuelle de la fréquentation de 10%, que les entrées réalisées pendant les mois de février et de septembre accusent une baisse de 17% alors que celles du mois de juin diminuent de 34%. En revanche, avec près de 24 millions de spectateurs, décembre marque une augmentation de 17%, peut-être liée au fait que deux des gros succès de l'année intéressaient une clientèle enfantine.

Si l'on passe de la répartition mensuelle à la répartition hebdomadaire des sorties, on constate en 2005 que la concentration de celles-ci sur certaines semaines s'est renforcée : 16 semaines ont offert, chaque mercredi, au moins 12 nouveaux films contre 13 semaines en 2004 (pour un nombre moyen de 10 films par semaine), certaines semaines allant jusqu'à proposer 16 nouveautés.

La réaction du critique, et sans doute du spectateur moyen, devant une telle avalanche a été fort bien décrite par Olivier Seguret dans un article paru dans "Libération" en date du 25 janvier 2006 (cf. également "Le Monde" en date du 16 avril 2005).

Ce mouvement est encore plus net pour les films français : 14 semaines en 2005, au lieu de 9 l'année précédente, ont vu sortir au moins six nouveaux films français par rapport à une moyenne légèrement supérieure à 4 par semaine.

Mais cette analyse du volume de diffusion doit être complétée par celle de la surface d'exposition, qui montre un renforcement de la concentration se traduisant par une réelle saturation des écrans à certaines périodes.

Ainsi, les films en première semaine d'exclusivité occupent près de 30% des écrans durant 22 semaines en 2004 (contre 15 semaines en 2003 et seulement 3 en 1996), voire même 40% des écrans au cours de 5 semaines en 2004. Si l'on y ajoute les films dans leur seconde semaine d'exclusivité, la surface d'exposition disponible s'avère souvent des plus réduites. Encore ces derniers chiffres ne doivent-ils pas, on le sait, se comparer aux 52 semaines du calendrier, mais au nombre, très inférieur, des semaines regardées comme favorables pour les sorties.

La fréquentation continue de se concentrer à un niveau élevé pendant le week-end (en 2004, 44% des entrées sont réalisées les samedi et dimanche). Il en résulte parfois des ajustements officieux permettant, dans les établissements offrant plusieurs écrans (notamment les multiplexes), de jouer sur la répartition des films entre les salles. Il s'agit en l'occurrence d'augmenter ponctuellement au profit des films porteurs la capacité d'accueil, laquelle en tout état de cause, apparaît insuffisante le week-end.

C'est d'ailleurs pour répondre à ces pics de fréquentation que de nombreux établissements de type multiplexe ont procédé à des extensions visant soit à accroître la capacité des salles existantes soit à créer des salles supplémentaires de grande taille.

Ce mauvais étalement des sorties a d'autres conséquences :

- Sur un plan psychologique, il serait en partie responsable d'une démotivation du public aux périodes creuses rendant d'autant plus difficile sa reconquête que ces périodes sont plus nombreuses et plus longues.

- Les chaînes de télévision ont dans certains cas constaté que les sorties des films auxquels elles ont participé n'échappaient pas non plus à ce phénomène de "télésopage". Cette concurrence, qu'elles ne peuvent maîtriser, en l'absence d'un droit de contrôle sur l'organisation des sorties de films qu'elles ont acquis, rend la promotion de ceux-ci à l'antenne d'autant plus délicate que les espaces disponibles à cet effet sont relativement limités.

1.4 – La logique de la grande distribution

L'accroissement du nombre de copies n'est que le signe apparent d'un bouleversement plus profond des conditions d'accès aux films. Un sentiment paraît depuis quelque temps l'emporter sur tous les autres : c'est le désir ou le besoin de disposer d'un film dès sa première semaine de sortie en salles.

Ce phénomène répond à l'objectif, pour de nombreux films, de "ramasser" le maximum de spectateurs dès la première semaine, de faire jouer ce qu'un excellent connaisseur du monde cinématographique appelait il y a quelques années le "coup de la sacoche", phénomène qui vise à maximiser l'exploitation des films sur les premiers jours.

Pour une certaine catégorie de films, il s'agit d'éviter un "bouche à oreille" qui pourrait leur être préjudiciable, une couverture très large, étant dans ce cas, préférée à une durée d'exposition plus longue. Ceci joue au détriment des films plus difficiles, dont au contraire la carrière repose sur une certaine durée d'exposition, permettant au "bouche à oreille" de produire ses effets.

On explique d'ailleurs que cette évolution a pour objet de mettre, sinon chaque film, du moins les films "porteurs", à la disposition de chaque Français, quel que soit son lieu de résidence, à la même date, comme si chaque citoyen avait en quelque sorte un droit juridiquement protégé d'accéder aux nouveautés dès leur sortie en première semaine.

L'accroissement parallèle de l'offre de films et du nombre de copies et le besoin d'une consommation immédiate conduisent à une accélération extrême de la rotation des films. Il en résulte un raccourcissement spectaculaire de la durée d'exposition des films, et donc d'amortissement de ceux-ci.

A cet égard, il convient de rappeler les analyses de René Bonnell ("La vingt-cinquième image") selon lesquelles, en 1950, les films réalisaient moins de la moitié de leurs recettes au cours des trois premiers mois d'exploitation, et moins de 75% au cours de leur première année d'exploitation.

Aujourd'hui, ces délais ont été considérablement écourtés. Un film obtient plus de la moitié de ses résultats (56%) à l'issue de ses deux premières semaines d'exploitation et plus des trois quarts (79%) après quatre semaines d'exploitation.

Part de fréquentation réalisée par un film entre 2000 et 2004

1^{ère} semaine	2^{ème} semaine	3^{ème} semaine	4^{ème} semaine	10^{ème} semaine
34%	56%	70%	79%	95%

Cette "logique de l'immédiat" n'est d'ailleurs pas propre au cinéma, mais concerne l'ensemble des biens culturels (cf. "Le Monde" daté du 17 février 2006).

1.5 – De grandes différences dans l'exposition des films

a) En théorie, l'exposition correcte de l'ensemble des films qui sortent chaque année ne paraît pas statistiquement impossible. L'analyse qui avait été présentée dans le rapport de 2003 sur le financement de la production (*page 36*) montrait, sous toutes les réserves inhérentes à ce genre de calcul, que "l'ensemble des 5.500 salles existant en France offrait, sur la base d'une activité de 50 semaines par an, condition qui n'est pas remplie par toutes les salles, une capacité de 275.000 "écrans-semaine". Or, la diffusion de 600 films, avec pour chacun d'entre eux 100 copies et 4 semaines d'exposition, n'occuperait que 240.000 "écrans-semaine" soit les 9/10èmes du parc".

Ce calcul théorique est naturellement loin de la réalité. Pour reprendre un exemple analysé par S. Siritzky dans "Ecran total" (novembre 2002) : "Il n'y a en France que 5.300 écrans, dont 4.500 tout au plus sont permanents ou quasi-permanents. Or huit nouveaux films sont sortis le 9 octobre sur 2.178 copies. Puis six, le 16, sur 1.919 copies et six autres, le 23, sur 2.246 copies. Soit 6.346 copies en tout : 1.000 de plus que le nombre total de salles en France et 1.700 de plus que le nombre total de salles permanentes ou quasi-permanentes."

Le rapport de 2003 ajoutait d'ailleurs que "les exploitants n'ont ni la capacité, ni parfois le souhait, de limiter, par leurs choix de programmation, la politique d'offre saturante conduite par les distributeurs les plus puissants".

Par rapport à ces derniers, il faut souligner que le poids du reste des distributeurs ne cesse de s'alléger, comme en témoigne notamment le nombre de copies par film et par distributeur analysé dans le tableau qui suit.

Moyenne d'exposition des principaux distributeurs (année 2004)

Distributeurs	Nb copies/film	Distributeurs	Nb copies/film
GBVI***	391	METROPOLITAN	174
WARNER****	389	BAC	91
EUROPACORP	350	REZO	89
UIP****	309	ARP	83
PATHE**	291	DIAPHANA	73
UFD***	285	GEMINI	63
COLUMBIA****	269	PYRAMIDE	58
SND*	247	HAUT ET COURT	47
MARS*	240	LOSANGE	43
PAN EUROPE	237	OCEAN	43
TFM*	235	MK2	25

*adossés à des chaînes de télévision

** groupes cinématographiques intégrés

GIE : groupes cinématographiques intégrés et studios américains) * "majors" américaines

On observe que, à l'exception d'EuropaCorp, Pan Européenne et Métropolitain, les principales sociétés de distribution, autres que celles adossées aux chaînes de télévision ou relevant des groupes intégrés, disposent en moyenne de moins de 100 copies par film alors que ces dernières bénéficient d'un nombre de copies 2 à 4 fois supérieur.

b) De cette situation découlent de grandes différences dans les conditions d'exposition des différents films, même si ceux-ci ne reposent pas sur le même modèle économique.

Pour s'en tenir à une analyse globale et sans rechercher par exemple les différences qui existent à l'avantage des films américains et au détriment des films français, une gamme très diverse de situations se rencontre.

D'un côté, les films "porteurs", ou supposés tels, qui sortent sur plusieurs centaines de copies, le seuil de mille copies ayant été à nouveau récemment approché, alors qu'on semblait s'en éloigner un peu depuis deux ou trois ans.

A l'autre extrémité, sur un total de sorties de 530 films, 56 films ont réalisé moins de 2.000 entrées chacun, 57 films entre 2.000 et 5.000 entrées, 53 films entre 5.000 et 10.000 et 56 films entre 10.000 et 20.000 entrées. Autrement dit, 222 films (soit 42% des films sortis) ont enregistré chacun moins de 20.000 entrées. Ils ont attiré au total, 1,45 million d'entrées, soit moins de 1% de la fréquentation totale.

Il faut observer également que ce ne sont pas ces films (qui représentent 40% des titres en moyenne depuis 1996 et qui regroupent à peine 4% des copies) qui encombrant les écrans et qui nuisent à la sortie de leurs concurrents.

Entre ces deux extrêmes, on trouve la catégorie des films "intermédiaires", essentielle pour la préservation de la diversité de l'offre cinématographique, et dont l'avenir semble incertain compte tenu de la bipolarisation croissante de la production.

c) Un autre aspect important des différences de traitement entre les films porte sur leur durée d'exposition et leur maintien à l'affiche.

Pour les distributeurs moyens et petits, le problème est non seulement de pouvoir faire accéder leur film à une diffusion en salle, c'est-à-dire de trouver un certain nombre d'écrans, avec les difficultés complémentaires qu'une

programmation connue trop tardivement peut comporter en compromettant ou en rendant pratiquement impossible la promotion du film. Il est également, s'agissant de films dont le succès suppose une durée suffisante d'exposition permettant au "bouche à oreille" de faire son office, de "s'installer dans la durée", ce qui est exactement à l'opposé de la tendance décrite ci-dessus visant à réaliser le maximum de recettes dès la première semaine de sortie. Et il est plus encore de ne pas se faire retirer de l'écran le dimanche soir, selon une pratique décrite comme courante par les uns et fermement niée par les autres, au motif que les résultats des premiers jours ne sont pas suffisants (et souvent, selon certains, pour céder la place à des films dont les résultats ne seront pas nécessairement meilleurs).

Enfin, un problème lié au précédent est celui de la programmation "alternée": plusieurs films se partagent un même écran la même semaine (le film n'étant pas diffusé "plein écran" à toutes les séances). Ce comportement, qui tend à se développer, et qui n'est pas toujours justifié par la taille de l'équipement, comme ce peut être le cas dans les petites villes et les zones rurales, a pour effet de diminuer sensiblement la rentabilité des copies.

1.6 - L'adéquation des films aux salles

La relation "exploitants-distributeurs" ne met pas en jeu deux blocs offrant chacun un caractère monolithique : à la grande hétérogénéité des distributeurs que traduit, tant en termes de diffusion que de fréquentation, la forte dispersion des résultats de leurs films, correspond une grande variété des types d'exploitations.

a) Pour la période 1996-2004, 9% des films sortis enregistrent plus d'un million d'entrées, 28% ont une fréquentation comprise entre 100.000 et 1 million d'entrées, enfin 63% réalisent moins de 100.000 entrées (53% moins de 50.000 entrées).

Répartition des films selon leur nombre d'entrées

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	<i>Depuis 1996</i>
plus de 5 millions	2	2	5	3	3	6	5	4	5	9%
de 2 à 5 millions	14	19	12	13	16	21	13	11	17	
de 1 à 2 millions	16	17	22	24	18	21	26	32	29	
de 0,5 à 1 million	30	28	30	35	36	27	31	37	40	28%
de 0,1 à 0,5 million	96	93	88	98	98	103	103	117	111	
de 0,05 M à 0,1M	43	34	45	42	56	70	52	58	47	63%
moins de 0,05 M	186	221	245	304	312	266	229	256	285	

Il serait intéressant de pouvoir préciser ces éléments statistiques en recherchant des corrélations entre le nombre d'entrées et d'une part le coût du film et ses conditions de financement, d'autre part le nombre de salles dans lesquelles il sort.

Sur le premier point, certains estiment que le fait de réunir la totalité des catégories de sources de financement possibles (chaîne cryptée, chaîne en clair, etc.) est le plus souvent la garantie de conditions de sortie satisfaisantes.

Sur le second point, la répartition des entrées montre que les films ayant réalisé plus de 0,5 million d'entrées en 2004 sont rarement sortis sur moins de 300 copies.

On ajoutera, s'agissant des films, que l'une des caractéristiques principales observées au cours de ces dernières années, est l'élargissement du périmètre de l'appellation "art et essai".

On sait que pour bénéficier du label "art et essai", un établissement doit consacrer un pourcentage minimum de séances à des films "recommandés" dont la liste est établie par l'association française des cinémas d'art et d'essai (A.F.C.A.E). Une convention entre le Centre national de la cinématographie et l'A.F.C.A.E définit les modalités de cette recommandation.

La bienveillance du "collège de recommandation" chargé du classement des films "art et essai" tiendrait, disent certains, au souci de ne pas confiner les salles "art et essai" à des films trop confidentiels et à leur ouvrir l'accès, pour renforcer leur rentabilité, à des films un peu plus "porteurs".

Au cours des dix dernières années, la progression du nombre de films recommandés "art et essai"¹ a été beaucoup plus importante (+33%) que celle des autres films (+19%). Pour la même période, ils représentent plus de 60% de l'offre de films (67% depuis 2001) mais ne bénéficient que de 30% des séances et réalisent environ un quart des entrées. Ils sortent en moyenne sur 51 copies contre 271 pour les autres films et sont donc cinq fois moins bien exposés que ceux-ci. Mais leurs copies circulent plus que celles des autres films et leur durée de vie en salle est plus longue, notamment parce que leur stratégie de diffusion repose plus sur une exposition soutenue dans le temps.

¹ Cf *Rapport de Serge Toubiana : "Mission de réflexion sur l'art et essai : nouveaux horizons 1990" et la thèse sur "l'exploitation art et essai aujourd'hui : quels enjeux et quelles politiques?"*. (Marion Truchaud - Université Paris I).

b) A cette grande diversité des films correspond une grande variété des types d'exploitation.

Il est inutile de rappeler le développement des multiplexes (22 en 1996, 96 en 2001, 140 en 2005). Avec moins de 30% des écrans, ils accueillent plus de la moitié des spectateurs et leur moyenne annuelle par écran est de 55.000 entrées. La programmation de certains d'entre eux, en partie du fait des engagements qu'ils sont tenus de souscrire, s'étend aux films "art et essai porteurs", pour lesquels ils viennent en concurrence directe avec les salles "art et essai".

Une autre catégorie de salles est en effet constituée par les cinémas classés "art et essai" (1.056 établissements en 2005) dont le nombre est sans commune mesure avec ce qu'il était autrefois (53 salles en 1963, 292 en 1970, 673 en 1980). Les salles "art et essai" représentent près de la moitié des équipements en France et regroupent près de 27% des entrées (moyenne annuelle par écran : 23.000 entrées).

Le reste du parc (environ 1.000 établissements), qui enregistre moins de 25% de la fréquentation (23.000 entrées en moyenne par écran et par an), est constitué d'équipements traditionnels offrant une programmation de type "généraliste". Ce type d'exploitation est, et reste encore, le plus fragile en raison notamment de la nouvelle situation induite par l'arrivée des multiplexes.

Cette répartition du parc entre trois grandes catégories de salles (selon leur type de programmation) doit être complétée en distinguant les salles selon leur statut: en effet, au sein des salles généralistes et "art et essai", un quart d'entre elles environ sont des salles municipales (avec des statuts juridiques divers) qui bénéficient, dans des proportions variables, d'un soutien des collectivités. Une telle référence permet, par ailleurs, de mieux appréhender la situation

concurrentielle observée sur certains marchés locaux dans lesquels les salles municipales sont présentes.

Dans un contexte marqué par l'inflation du nombre de copies, les problèmes d'accès aux films ont fait place aux problèmes d'accès des films aux salles, notamment pour ce qui concerne les films issus de la distribution "indépendante". Pour ces derniers, comme le souligne l'A.R.P, "la verticalité de la filière n'existe plus", dans la mesure où l'adéquation entre ce type de films et les salles qui leur étaient consacrées semble progressivement disparaître.

Cette évolution trouve aussi son origine dans la nature même de la production cinématographique actuelle. Ainsi se développent désormais des stratégies de programmation qui reposent sur une plus grande mixité des films et des publics tendant à estomper l'identité des salles. L'effacement progressif des frontières entre l'"art et essai" et le reste de la programmation remet en cause les caractéristiques que pouvait offrir chacune des grandes catégories de salles évoquées ci-dessus.

C'est ainsi qu'en 2004 seule la moitié des séances consacrées aux films "art et essai" a été programmée dans les salles "art et essai" où elles n'ont attiré que la moitié du nombre total de spectateurs de ces films.

Les clivages en matière de programmation s'étant atténués, on assiste à une aggravation des tensions concurrentielles entre les salles : les cinémas "art et essai", pour obtenir une meilleure rentabilité, sont amenés à diffuser des films généralistes "porteurs", et ce parfois au détriment de la diffusion de films "recherche" plus vulnérables et au rapport plus aléatoire. De cette manière, ils peuvent compenser les pertes de recettes qu'ils ont subies en raison notamment du partage, avec certains multiplexes, des films "art et essai porteurs" qui constituaient jusque là leur "domaine réservé".

Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si cette catégorie des films concentre l'essentiel des litiges examinés par le médiateur du cinéma, qui avait consacré, en octobre 2002, une réunion regroupant l'ensemble des intéressés au problème de l'accès des exploitants parisiens indépendants à ce type de films.

Mais cette évolution entraîne aussi, notamment pour les distributeurs des films les plus fragiles, un accès plus difficile aux salles "art et essai" qui représentaient jusqu'alors leur débouché naturel et "leur lieu d'exploitation historique".

1.7 - Les relations entre les distributeurs et les exploitants

L'ensemble des éléments décrits ci-dessus, entre lesquels il serait difficile d'établir une hiérarchie ou des liens de causalité, s'est traduit, et c'est l'essentiel du sujet, par une dégradation sensible des relations entre les différentes catégories d'intervenants, notamment entre les distributeurs et les exploitants.

Jusqu'à une date récente, la concertation mise en place avait permis d'établir deux codes de bonne conduite dont l'efficacité n'a jamais été remise en cause.

Le 6 janvier 1999, un accord a été conclu entre la Fédération Nationale des Distributeurs de Films (F.N.D.F), la Fédération Nationale des Cinémas Français (F.N.C.F), la Chambre Syndicale des Producteurs et Exportateurs de Films Français (C.S.P.E.F.F) et le Syndicat des Producteurs Indépendants (S.P.I) ayant pour objet un code de bonne conduite relatif aux politiques promotionnelles des salles de cinéma.

Un second code de bonne conduite, portant sur la pratique des avant-premières, a été adopté le 16 avril 2003 par la F.N.C.F et la F.N.D.F.

Une relance de cette concertation apparaît d'autant plus nécessaire dans un contexte où la situation économique des deux secteurs est vécue par chacun d'eux comme relativement délicate, voire préoccupante pour les distributeurs "indépendants".

a) S'agissant des exploitants, les travaux de modernisation et de restructuration considérables entrepris ces dernières années (1,7 milliard d'euros d'investissements) les ont fortement endettés, alors que parallèlement se multiplient les modes d'exploitation concurrents de la diffusion en salles.

Les gains de fréquentation résultant pour une grande part de ces travaux (42% de recettes supplémentaires au cours des 10 dernières années) ne présentent pas un caractère suffisamment important et régulier (jamais depuis 1996, la fréquentation n'a progressé plus de deux années de suite) pour permettre aux exploitants d'envisager des délais d'amortissement satisfaisants. A cet égard, la vente par de grands opérateurs (UGC, EuroPalaces, Kinépolis) des murs de leurs salles, chacun dans des proportions variables, témoigne d'une situation financière relativement fragile.

b) S'agissant de la distribution, on soulignera d'abord la très grande dispersion, sinon l'atomisation de ce secteur. Pour l'année 2005, selon "Le Film Français", deux sociétés représentent chacune une part du marché supérieure à 10% et six autres une part du marché comprise entre 6 et 10%. Le distributeur classé 20^{ème} réalise 760.000 entrées avec 15 films, le 25^{ème} 440.000 entrées avec 8 films. Si l'on prend, à titre d'exemple, les distributeurs ayant diffusé 7 films chacun en 2005, on constate que dans cinq cas sur sept, le nombre moyen de spectateurs par film est inférieur à 30.000.

Une moitié de la centaine de distributeurs actifs en 2005 n'a diffusé qu'un ou deux films chacun. Comme le fait observer la fédération des exploitants, sur les 108 sociétés de distribution qui ont sorti au moins un film en 2004, 31 n'en ont distribué aucun en 2005 et, sur les 114 qui en ont sorti un en 2005, 36 n'en avaient distribué aucun en 2004.

Cette évolution s'accompagne, comme on l'a déjà indiqué, d'une forte dégradation du ratio "entrées par copie" qui, depuis 1996, a diminué de 28% pour l'ensemble des films et de près de 40% pour les films français.

Par ailleurs, la concurrence exercée par les filiales de distribution des chaînes de télévision a fortement entamé l'équilibre économique déjà incertain des entreprises traditionnelles de distribution (*cf b du chapitre 1.8*). Ces dernières pouvaient accéder dans des conditions différentes à deux marchés : celui de la distribution des films français pour lesquels elles ne disposent que du "mandat-salle" et celui de la distribution des films étrangers (à l'exclusion des films des majors américaines) qui porte sur l'ensemble des droits (salle, télévision, vidéo etc). Or, l'intervention des filiales de distribution des chaînes de télévision a, selon les distributeurs, quasiment évincé ces entreprises traditionnelles du marché de la distribution des films étrangers, ou tout du moins des films "porteurs".

Outre les pertes de ressources liées à la quasi-disparition du second marché, les distributeurs ont vu leurs charges s'alourdir en raison notamment de :

- l'augmentation des frais d'édition consécutive à la hausse du nombre de copies tirées alors que, comme il a été indiqué, le ratio de performance par copie est de plus en plus faible,
- la forte hausse de leurs investissements publicitaires, dont l'importance est décisive pour assurer à un film la visibilité nécessaire dans un paysage

cinématographique relativement saturé par la multiplication des films et des copies. Les investissements publicitaires ont ainsi doublé (+107%) depuis 2000.

Les dépenses publicitaires par catégories de supports

<i>En M€</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>Evolution 1998/2004</i>
Affichage	48,4	71,7	79,5	79,7	94,6	95%
Cinémas	7,3	12,4	19,2	17,2	33,9	367%
Presse	26,6	27,6	29,2	37,3	50,6	91%
Radio	24,8	29,6	33,7	37,9	41,3	67%
TOTAL	108,2	142,6	163,2	173,6	223,5	107%

Source : TNS Média Intelligence

Ces divers éléments montrent que la position des distributeurs s'est sensiblement dégradée alors que paradoxalement le nombre de films sortis est en constante progression depuis plusieurs années. Dans un tel contexte, les tensions entre distributeurs et exploitants se sont ravivées sur plusieurs points :

a) sur un plan général, l'analyse de la répartition des aides versées par le C.N.C aux différentes filières et de leur évolution est l'un des premiers objets de discussion.

L'examen de cette question supposerait une analyse statistique détaillée qui dépasse le cadre de ce rapport. On se bornera à souligner que la référence aux seules aides versées par le CNC est nécessairement incomplète dans la mesure où elle n'intègre pas les autres sources de financement, dont l'importance est variable d'un secteur à un autre (crédits d'impôts, fonds régionaux pour la production, contributions Canal+ pour l'exploitation et la distribution, etc...).

D'autre part, le montant des aides ne saurait être examiné sans prendre en compte le chiffre d'affaires lui aussi, relativement inégal d'un secteur à l'autre.

Plus généralement, on peut s'interroger sur la pertinence d'une telle analyse qui repose sur une vue purement "sectorielle" du bénéfice des aides, alors que certaines d'entre elles sont à la charnière de deux secteurs : tel est par exemple le cas des aides au tirage de copies qui bénéficient tout à la fois aux distributeurs et aux exploitants.

En même temps qu'à l'étude de la répartition des aides, il conviendrait de procéder à celle de leur évolution, là encore délicate, car les résultats peuvent varier selon la période prise en compte. Mais on peut noter que les aides à la distribution qui relèvent exclusivement du compte de soutien (hormis la contribution annuelle de 6 M€ créée en 2000 par Canal+) ont quasiment doublé entre 1998 et 2005 (+90%) alors que celles versées à l'exploitation et à la production ont connu une moindre progression.

b) d'autres difficultés, faisant l'objet de vifs débats, portent sur les conditions actuelles du partage de la rémunération entre les distributeurs et les exploitants.

L'évolution du taux de location (5 points de plus entre 1980 et 1995 au bénéfice des distributeurs) puis sa stabilité au cours de ces dix dernières années n'est pas contestée. La stabilité observée depuis 10 ans s'explique notamment par un raccourcissement de la durée d'exposition des films qui a rendu inopérante la dégressivité des taux de location (paliers de continuation).

Evolution du taux de location entre 1980 et 2004

année	taux location moyenne France	Entrées (en millions)	Prix moyen place de cinéma	Indice des prix (base 1980)
<i>1980</i>	42,9%	<i>175,4</i>	2,46 €	<i>100,0</i>
<i>1985</i>	45,2%	<i>175,1</i>	3,80	<i>158,0</i>
<i>1990</i>	45,7%	<i>121,9</i>	4,78	<i>184,0</i>
<i>1995</i>	48,0%	<i>130,2</i>	5,30	<i>205,3</i>
<i>2000</i>	48,2%	<i>165,5</i>	5,39	<i>218,2</i>
<i>2004</i>	48,1%	<i>194,4</i>	5,82	<i>235,7</i>

Toutefois, selon une partie des distributeurs, l'évolution du taux de location ne peut constituer l'unique instrument de mesure de leur relation économique avec les exploitants. Si, effectivement, ce taux s'est stabilisé depuis une dizaine d'années, la prise en compte des "marges arrières" (ressources issues des bandes-annonces et des espaces publicitaires) réalisées par certains exploitants ainsi que des recettes dites "annexes" (confiserie) aboutirait, selon ces distributeurs, à porter, au bénéfice des exploitants, le taux de location actuellement évalué à 48%, bien au-delà des 50%, plafond fixé par la décision réglementaire n°15 du C.N.C (7 octobre 1948).

A l'inverse, les exploitants considèrent que les "marges-arrières" et les recettes annexes sont les retombées naturelles des investissements de modernisation dont ils ont, seuls, assumé la charge. Dès lors, ils pensent être en droit de tirer parti des nouveaux espaces publicitaires privilégiés situés dans les salles d'autant que les distributeurs ont, eux aussi, bénéficié indirectement de ces retombées.

c) la question du coût de la promotion des films et de sa répartition constitue un autre facteur de tension non négligeable. On constate en effet ce que le groupe de distributeurs indépendants réunis européens (D.I.R.E) décrit comme une "commercialisation croissante des leviers de promotion":

- Les distributeurs soulignent les difficultés, voire les impossibilités qu'ils rencontrent pour assurer en salle la publicité préalable à la diffusion de leurs films. Leurs bandes-annonces seraient de moins en moins diffusées.

- Selon les exploitants, ceci s'explique par l'impossibilité physique dans laquelle ils sont, de projeter l'ensemble des bandes-annonces correspondant à tous les films à venir.

Dans ces conditions, les distributeurs sont obligés de passer par les régies publicitaires pour insérer leurs bandes-annonces dans les espaces gérés par ces dernières, ou plus rarement d'acquérir les nouveaux espaces récemment créés (qui se caractérisent par la diffusion des bandes-annonces, salle éteinte, accolées à la projection du grand film), hors des espaces publicitaires traditionnels.

- Les exploitants ne participent plus aux frais des tournées de promotion des équipes de films, qui restent désormais à la charge exclusive des distributeurs.

- Il en va de même pour le matériel publicitaire que les exploitants de salles de province ne veulent plus prendre en charge.

d) Il convient également d'évoquer, sans en faire une analyse plus détaillée, le problème toujours présent et rappelé par les distributeurs avec une certaine vivacité, que posent les formules d'abonnement de type "entrées illimitées", du fait de l'absence de progression du prix de référence, plafonné à 5,03€, qui détermine les rémunérations versées aux ayants-droit.

En effet, ce prix n'a pas été modifié depuis mars 2000, date de lancement de la formule "UGC illimité" et depuis décembre 2003, date d'agrément des deux principales formules de type "illimité", alors que parallèlement, le tarif moyen d'une place de cinéma a progressé de 8% entre 2004 et 2000 et que le prix des abonnements a lui aussi augmenté de près de 10% depuis septembre 2004.

e) Enfin, sur le plan de la diffusion, les distributeurs se plaignent des incertitudes qui pèsent sur la programmation de certains de leurs films, de la remise en cause de celle-ci au dernier moment et parfois de la déprogrammation impromptue et ponctuelle que peuvent subir certains films, notamment le week-end, en raison de l'insuffisance des capacités accordées aux films les plus porteurs.

f) A l'inverse, les exploitants se disent dans l'impossibilité de concilier les termes de cette double exigence : garantir à tous les films un accès égal aux salles et dans le même temps leur accorder une durée d'exposition satisfaisante.

Autant d'éléments qui traduisent une dégradation des relations entre les deux secteurs. Dans un tel contexte, tout le monde s'accorde sur la nécessité de réintroduire un minimum d'autodiscipline dans chacune des catégories d'intervenants. Faute de quoi, la réhabilitation des contrats écrits de location, aujourd'hui quasiment abandonnés, redeviendrait nécessaire pour mettre fin à un système qui, selon un fin connaisseur du secteur, évoque un univers de jungle et ne s'apparente que d'assez loin aux relations habituelles entre entreprises.

1.8 - Le développement de la concentration horizontale et verticale.

Un autre aspect essentiel de l'évolution récente est le développement de la concentration.

a) La concentration horizontale, qui réduit le nombre d'intervenants majeurs, fait que les deux principaux circuits ont une maîtrise quasi-absolue des conditions de sortie des films. On peut dire, sans forcer le trait, que chaque lundi matin, leurs deux programmeurs, dont les qualités ne sont pas contestées, disposent d'un droit de vie ou de mort sur les films en instance de sortie.

Cette maîtrise résulte avant tout de la domination des deux circuits sur le marché parisien : ils accueillent, à eux deux (UGC : 41% des entrées et EuroPalaces 24%) deux tiers des spectateurs de la capitale. Si, au sein de la fréquentation nationale, son poids a fortement diminué au cours de ces dernières années (notamment en raison de la modernisation du parc à sa périphérie), Paris n'en reste pas moins, malgré cette érosion, le marché "directeur". A cet égard, les commentaires de D. Brault sur cette caractéristique du marché cinématographique ("Réforme de la programmation cinématographique – juin 1989) demeurent d'actualité : "Si le parisianisme sévit aussi dans d'autres domaines de la création littéraire et artistique, il n'en est aucun où il se soit à ce point institutionnalisé".

De nombreux distributeurs soulignent que les conditions de sortie de leurs films à Paris sont déterminantes pour leur exposition en province et que des cinémas des grandes villes refusent leurs films parce qu'ils ne sont pas sortis à Paris dans les salles des circuits. Or les études de l'A.D.R.C² font apparaître le caractère déterminant des conditions de sortie dans un certain nombre de grandes villes regardées comme des "villes-clés".

b) Quant à la concentration verticale, tenant au fait qu'un intervenant peut développer son activité dans un domaine complémentaire de celui où il l'exerce, si elle n'est pas nouvelle dans le secteur du cinéma, elle y revêt de nouvelles formes, avec notamment l'intervention des chaînes de télévision dans le secteur de la distribution (*cf. sur ce point les pages 70 à 72 du rapport de 2003 sur le financement de la production*).

Cette intervention se traduit, au niveau de la diffusion en salles, par la distribution d'une cinquantaine de films par an en moyenne (bénéficiant d'une large exposition) et au niveau du "second marché", par une politique de surenchère sur les prix et les à-valoir en matière d'acquisition des films, qui a

² Etudes sur les évolutions en 2003 de la diffusion et de l'exploitation des films en salles.

réduit sensiblement la marge d'intervention des distributeurs "traditionnels" auprès des chaînes de télévision. En privant ces derniers des ressources qu'ils pouvaient tirer jusque là de l'exploitation des droits tenant au "second marché", les filiales des chaînes de télévision ont désormais cantonné une grande partie des distributeurs traditionnels à la seule acquisition des droits correspondant à la diffusion en salles.

Ce phénomène, relativement récent, a remis en cause l'équilibre économique de ces distributeurs, dans la mesure où faute de ressources issues de l'exploitation des droits secondaires, les pertes enregistrées à l'occasion de la distribution des films en salles ne peuvent plus être compensées. C'est pour remédier à cette situation qu'un engagement financier significatif a été pris en 2000 par Canal Plus afin d'améliorer la distribution des films français (enveloppe annuelle de 6,01M€).

Dans ce contexte, une nouvelle ligne de partage tend à se dessiner : d'une part, les filiales adossées aux chaînes de télévision, détentrices de "multi-mandats" correspondant aux différents supports de diffusion, et d'autre part, une grande partie des autres distributeurs qui ne disposent désormais que du "mandat-salle", et dont les recettes sont liées exclusivement aux performances en salles des films qu'ils distribuent.

L'intégration verticale à partir des chaînes de télévision a donc conduit, en limitant les droits secondaires des distributeurs, une partie de ceux-ci à rechercher d'autres rentrées que celles de l'exploitation en salles, en développant une activité de production.

Sur ces différentes questions, on ne peut que renvoyer au rapport "le cinéma face au droit de la concurrence" (*cf. notamment pages 25 et 26*) et aux mesures qu'il propose pour "remédier à l'insuffisant recours aux autorités de la concurrence".

1.9 - La chronologie des médias.

La situation décrite ci-dessus, et notamment le faible niveau de performances réalisées en salle par un grand nombre de films, semble peu compatible avec le principe de la chronologie des médias.

Celle-ci repose sur l'idée que la sortie du film en salle est en droit un préalable obligé et en fait la condition du succès pour la sortie en DVD et le passage à la télévision. Faut-il penser que les films vus en salle par un petit nombre de spectateurs ne sortiront ni en DVD ni à la télévision ? Ceci mériterait une analyse approfondie.

D'une part, la sortie en DVD, pour cette catégorie de films, même si elle ne paraît pas automatiquement liée au nombre de spectateurs réalisé, semble cependant en découler dans la plupart des cas.

D'autre part, s'agissant de la télévision, si le succès en salle paraît un critère pour les chaînes généralistes³, au moins pour les films au financement desquels elles n'ont pas contribué, l'importance des besoins des chaînes "cinéma" sur le câble et le satellite peut les amener à acquérir de tels films, il est vrai à des prix que les distributeurs jugent peu attractifs.

Dans ce domaine, le projet de fusion de Canal+ avec TPS (qui sera prochainement examiné par le Conseil de la concurrence), s'il a été assez peu évoqué lors des auditions effectuées dans le cadre de cette mission, devrait, a priori, avoir un effet sur le nombre de films diffusés et par conséquent sur le nombre de films produits.

³ *lesquelles ont au demeurant sensiblement réduit le nombre de films qu'elles diffusent.*

Ses conséquences possibles ont été soulignées récemment par la directrice générale du CNC : "Sans contrainte, cette fusion pourrait entraîner la fin des catalogues indépendants" (cf. également sur ce point "Le Monde" du 5 avril 2006).

En définitive, s'agissant d'une certaine catégorie de films, qui réalisent un faible nombre d'entrées, on peut se demander si leur sortie préalable en salle conserve encore sa justification. On sait qu'aux Etats-Unis commence à apparaître la pratique du "day to date", qui consacre la sortie quasi-simultanée d'un film sur tous les supports de diffusion, dans le but notamment de court-circuiter les copies illégales.

1.10 - L'évolution vers le numérique

Enfin un dernier élément doit être évoqué, au moins pour mémoire, puisqu'il fait actuellement l'objet d'une étude confiée à D. Goudineau : c'est celui des conséquences possibles de la diffusion des films par voie numérique qui devrait constituer le bouleversement majeur futur de l'industrie cinématographique. Le seul point qui doit être souligné ici est que la réflexion sur ce sujet déterminant semble très inégale selon les catégories d'intervenants, et, pour certaines d'entre elles, encore à peine engagée alors que cette transition vers le numérique semble avoir un caractère quasi-inéluctable.

Ceci s'explique sans doute par la situation économique des intéressés : les investissements très lourds réalisés récemment par les exploitants, les dépenses qu'ils devront supporter pour assurer cette transition, la concurrence exercée sur les salles de cinéma par les nouvelles plates-formes de diffusion et, pour les distributeurs, les pertes importantes de ressources qu'ils subissent en raison

notamment de la réduction des recettes liées au second marché, sont autant de handicaps qui restreignent la perspective d'investissements futurs encore plus lourds.

Même s'il est indispensable qu'une réflexion s'engage dès à présent avec l'ensemble des professionnels intéressés, la révolution technologique attendue, du fait des délais indispensables à sa mise en œuvre, ne fera pas disparaître dans l'immédiat l'ensemble des problèmes analysés ci-dessus.

SECONDE PARTIE : LES SOLUTIONS ENVISAGEES

Avant d'évoquer les solutions qu'il a été proposé d'apporter aux problèmes examinés ci-dessus, on rappellera les objectifs poursuivis dans le cadre de cette mission.

Il s'agit avant tout de normaliser les relations "exploitants-distributeurs", en adoptant des mesures de régulation à même de limiter les dysfonctionnements actuels du marché de la diffusion en salle, condition nécessaire au maintien d'une pluralité d'intervenants et à la préservation d'une offre cinématographique la plus diversifiée possible sur l'ensemble du territoire et tout au long de l'année.

Mais il convient également de mettre l'accent dans la poursuite de ces objectifs, qui ne sont pas contestés, sur les propositions qui relèvent plus directement d'une action des professionnels du secteur en cherchant à éviter, si possible, les mesures trop générales compte tenu de la grande hétérogénéité des secteurs concernés et des situations rencontrées.

En première analyse, les solutions envisagées peuvent en effet relever de trois catégories d'actions, dont chacune soulève des difficultés qui lui sont propres : les mesures réglementaires, les engagements unilatéraux et les accords entre professionnels.

Dans un secteur aussi organisé que le cinéma, dans lequel l'intervention de l'Etat n'a cessé de se renforcer depuis près de 70 ans, ajouter de nouvelles couches au tissu réglementaire ne peut être envisagé qu'avec prudence.

Et ce d'autant plus que ce dernier, issu de la loi de 1982, est jugé, par de nombreux intervenants, relativement inadapté à l'environnement technologique actuel et aux transformations radicales dont le secteur cinématographique a fait l'objet. Pour certains d'entre eux, une libéralisation accrue de ce secteur serait au contraire souhaitable.

Les engagements unilatéraux existent déjà sous la forme des engagements de programmation. Mais leur champ d'application est étroitement défini (*cf. chapitre 2.2 ci-après*) et relève précisément de mesures réglementaires.

Il serait donc naturel de préférer la formule des accords entre les différentes catégories de professionnels intéressés. Toutefois, pour être envisagés efficacement, ces accords devront s'accompagner de la mise en place de mécanismes de régulation et d'incitation mieux adaptés à l'environnement actuel.

Il faut également rappeler que le développement de tels accords a été relativement réduit. Les difficultés rencontrées dans leur mise en œuvre, qui obligent les signataires à une grande vigilance, n'a sans doute pas permis d'adopter de nouveaux codes de bonne conduite, notamment sur l'accroissement du nombre de copies et l'étalement des sorties.

D'autres obstacles tiennent également au grand nombre des distributeurs et des exploitants, à leur hétérogénéité, à la différence de situation des intéressés selon qu'ils appartiennent ou non à un groupe cinématographique intégré, et aussi au fait que les professionnels d'une catégorie n'ont peut-être pas une tendance naturelle à se préoccuper des difficultés rencontrées par les intervenants des autres.

On doit ajouter que la solution des différents problèmes analysés en première partie dépasse largement le cadre de cette mission. Compte tenu de l'objet de celle-ci, on mettra l'accent ci-après sur les domaines dans lesquels une action est regardée comme souhaitable par tout ou partie des professionnels rencontrés, en insistant sur ceux dans lesquels cette action pourrait relever d'un accord entre les intéressés.

2.1 – Maîtriser le nombre de films ?

La hausse importante du volume de films diffusés en salles est imputable essentiellement à l'augmentation de l'offre de films français et "extra-européens", à l'exclusion des films américains dont le nombre est resté relativement stable.

L'accroissement du nombre de films français est la conséquence d'un niveau de production élevé à propos duquel la directrice générale du CNC faisait observer, lors de la publication des statistiques portant sur la production des films en 2005 "qu'il n'est pas forcément sain de produire plus de films en les finançant moins bien ...Il serait donc peut-être bon de se demander si, sans rien céder de l'objectif de diversité qui est le nôtre, il ne serait pas préférable de chercher à stabiliser la production pour pouvoir mieux financer les films.... Le marché, qu'il s'agisse de la salle, ou de la diffusion télévisuelle, aura des difficultés réelles à absorber une telle quantité de films produits, et à leur donner une véritable chance de rencontrer leur public. Nous devons réfléchir sur les dangers d'une politique d'aide au cinéma trop nataliste....Devrons nous envisager à terme que certains films produits ne soient finalement jamais distribués en salles ? Ce n'est sans doute pas souhaitable, mais alors, peut-être,

faudra-t-il améliorer le financement de leur promotion pour les rendre plus visibles".

On a déjà indiqué que l'augmentation du nombre de films trouve son origine dans la conjonction de plusieurs paramètres (*cf chapitre 1.1*). Le caractère des propositions qui ont été avancées en la matière montre qu'il n'y a pas de remède unique qui puisse répondre aux différentes causes de ce phénomène. Les solutions envisagées relèvent plus d'une étude propre à chacun des points qui concourent à l'accroissement du nombre des sorties de films.

La réduction du nombre de films, si elle devait être recherchée, pourrait théoriquement s'effectuer en amont, au stade de la production ou/et en aval, lors de la diffusion en salles.

a) en amont, une action au niveau de la production en vue de réduire le nombre de films agréés ne pourrait résulter, en tout état de cause, que d'un comportement volontaire et coordonné des professionnels, notamment des producteurs. Elle comporterait le risque de restreindre la possibilité d'apparition de nouveaux talents et aussi de freiner certaines salles dans leur stratégie d'individualisation de leur programmation.

Cette réserve de principe n'exclut pas l'intérêt de procéder, comme le suggère la fédération des exploitants, à un examen des modes de financement de la production (films agréés) pour déterminer dans quelles conditions ceux-ci peuvent contribuer à l'augmentation du nombre de films (*cf. chapitre 2.6 ci-après*).

b) en aval, c'est à dire au niveau de la diffusion en salles, une sélectivité aurait une portée beaucoup plus large, puisqu'elle intéresserait non plus seulement les films agréés, visés par les aides à la production, mais tous les films distribués en France : les aides à la distribution constituent le levier

principal en la matière (*cf. le rapport établi à ce sujet par le C.N.C en février 2005 et le chapitre 2.6 ci-après*). Il s'agirait notamment de limiter l'intervention des filiales de distribution des chaînes de télévision.

La question a également été évoquée de différentes catégories "marginales" qui viennent augmenter le nombre de films sortis, par exemple les téléfilms ayant obtenu l'agrément. De même a été soulevé le problème des sorties dites "techniques" (quelle que soit leur combinaison de sortie) : les questions qu'elles peuvent soulever relèvent avant tout de mesures propres à la chronologie des médias qui font l'objet d'un développement particulier (*cf. chapitre 2.9*).

Au regard de l'objectif qui consiste à rendre plus fluide l'accès des films aux salles, le problème de l'inflation des sorties ne saurait être séparé de celui de l'explosion du nombre de copies. Dans cette perspective, la réduction du nombre de films, qu'elle soit recherchée en amont ou en aval, ne résoudrait que marginalement le problème de l'encombrement des salles, dans la mesure où les films en cause, qui attirent le moins de spectateurs, même s'ils sont nombreux, ne peuvent en aucun cas être tenus pour responsables de la saturation en termes de copies, compte tenu de la faiblesse de leur surface d'exposition.

2.2 – Réguler le nombre de copies ?

L'inflation du nombre de copies doit être regardée comme l'origine principale de l'encombrement des écrans. Pour en atténuer les effets, la limitation du nombre de copies constitue l'un des modes d'action les plus fréquemment cités, selon diverses modalités :

a) Un plafonnement du nombre de copies par film :

Tel était déjà le sens, en février 2004, des propositions de l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion" (A.C.I.D), qui dans son manifeste "Libérons les écrans" suggérait "qu'aucun film ne puisse monopoliser plus de 10% des écrans".

Une telle mesure, qui relève de relations contractuelles de droit privé liant les distributeurs aux exploitants, aurait pour conséquence, en tout premier lieu, de priver d'un accès immédiat aux films de grande audience les bénéficiaires les plus récents de l'augmentation du nombre de copies, à savoir les salles de cinéma des petites villes et des zones rurales.

C'est précisément dans cet esprit que la fédération des exploitants souligne que l'inflation du nombre de copies, a, indirectement, contribué au maintien d'un maillage satisfaisant du territoire.

Sur la base de cette analyse, la société des réalisateurs de films (S.R.F) et l'A.C.I.D ont récemment proposé de moduler cette limitation, en fixant un plafond, non plus au niveau national comme envisagé initialement, mais par bassin de population, ceci pour éviter l'effet dommageable évoqué ci-dessus. Sur ce dernier point, la fédération des distributeurs s'interroge sur la nécessité pour ceux-ci de financer seuls cette amélioration de la desserte du territoire, estimant que cette charge pourrait incomber aux pouvoirs publics (ce qui est déjà en partie le cas par l'intermédiaire de l'A.D.R.C).

Par ailleurs, la fédération des distributeurs a fait état d'une proposition émanant d'un distributeur américain qui fixerait à 850 le nombre maximum de copies. La mise en place d'un tel engagement serait subordonnée à l'approbation de l'ensemble des distributeurs américains opérant en France.

b) une régulation au stade de l'exploitation :

D'autres modes de régulation sont proposés pour ralentir l'inflation du nombre de copies, notamment l'élargissement du champ d'application du dispositif relatif aux engagements de programmation. Ceux-ci, qui ont pour objectif de "veiller à la plus large diffusion des œuvres conforme à l'intérêt général", reposent sur deux principes, l'un visant à favoriser la promotion du cinéma européen (principalement les films des distributeurs "indépendants") et l'autre destiné à garantir l'existence d'une offre diversifiée dans les multiplexes en limitant la pratique de la multidiffusion.

Il convient toutefois de signaler que ce dispositif, auquel il est fréquemment fait référence dans les différentes propositions qui ont été avancées, n'a pas la portée générale que certains lui attribuent.

En effet, les engagements de programmation s'inscrivent dans un cadre juridique précis, défini par le décret n°83-13 du 10 janvier 1983. Ne sont visés que les équipements relevant des groupements, des ententes de programmation et des "entreprises-propriétaires", dès lors que ces dernières ont réalisé plus de 0,5% des entrées au niveau national. Aujourd'hui, deux tiers des établissements en France (dont près de 25 multiplexes) regroupant environ 30% de la fréquentation totale, échappent encore à toute réglementation en matière de programmation. Tout élargissement du périmètre défini ci-dessus suppose donc une modification réglementaire.

La limitation de la multidiffusion dans les multiplexes s'inscrit dans le même cadre réglementaire. Les obligations actuelles fixent à deux le nombre de copies maximum par film qui peut être attribué à un multiplexe.

Et pour tenir compte du "cealsing", pratique adoptée par certains établissements à l'occasion de l'exploitation de films très porteurs (diffusion d'un même film sur plusieurs écrans au sein d'un même établissement par circulation d'une seule copie), les exploitants se sont engagés à limiter à 30% la part des séances

hebdomadaires réservées à un film. Là encore, sauf accord entre les professionnels étendant le champ de tels engagements à des entreprises qui n'y sont pas soumises, l'élargissement de cette mesure à tous les multiplexes en France ne peut être envisagé que sur la base d'une modification du décret de 1983. Il revient aux pouvoirs publics d'apprécier l'opportunité de nouvelles dispositions réglementaires en ce domaine.

En l'absence d'une modification du périmètre des opérateurs qu'il vise, un renforcement du dispositif actuel en matière de programmation peut être envisagé à périmètre constant. C'est dans ce cadre que s'inscrit la proposition conjointe de la S.R.F et de l'A.C.I.D consistant à durcir l'engagement actuel sur la multidiffusion en n'accordant aux multiplexes qu'une seule copie par film (au lieu de deux).

Toutefois, une telle restriction placerait la France dans une position particulière alors qu'aucune limitation n'est en vigueur dans les autres pays européens où il n'est pas rare de voir un même film occuper 5 ou 6 écrans d'un multiplexe. Elle semble en outre peu compatible avec les principes de programmation qui président à ce type d'équipements.

2.3 – Améliorer le calendrier des sorties de films

Plusieurs mesures ont été suggérées en vue d'améliorer le calendrier des sorties des films en salle, le but étant de rendre plus fluide l'accès des films aux salles par la remise en cause du caractère "saisonnier" de la programmation.

a) Engager des négociations avec les ayants droit de films français pour éviter que certains fassent obstacle à la sortie de leurs films pendant une période de l'année regardée, a priori, comme moins attractive.

b) Rechercher, avec les chaînes de télévision, si une promotion télévisée en faveur des sorties de films pourrait être maintenue en été pour que cette période ne soit pas complètement désertée par les sorties de films français.

c) Inciter la fédération des distributeurs à relancer la mise en oeuvre d'une procédure qu'elle avait elle-même initiée et qui paraît aujourd'hui abandonnée. Il s'agit de tenir un calendrier prévisionnel des sorties de films dans lequel chaque distributeur indiquerait, en alimentant une base de données (réseau intranet de la F.N.D.F), les dates prévisibles de sortie de chacun de ses films.

d) Rétablir, éventuellement en en étendant l'application jusqu'au 31 août, l'aide que le CNC avait mise en place pendant quelques années au bénéfice des producteurs et distributeurs de longs métrages acceptant de sortir leurs films en salles entre le 15 juin et le 15 août. Une telle procédure, visant à modifier en profondeur les comportements des distributeurs, ne méritait sans doute pas d'être interrompue après un exercice aussi court, même si les résultats enregistrés ne semblaient pas traduire une réelle volonté de changement immédiat. A financement constant, le coût de cette mesure devrait être assuré par une réduction de l'aide aux films sortant pendant les périodes de surcharge (par exemple vacances scolaires hors période estivale).

e) Engager la réalisation d'enquêtes d'opinion pour mieux comprendre le comportement des spectateurs pouvant expliquer les disparités saisonnières de la fréquentation. Les modifications de ce comportement liées au fractionnement des vacances devraient conduire à renouveler les stratégies traditionnelles de programmation qui tendent à privilégier certaines périodes de l'année.

2.4- Revoir le statut des salles et des films "art et essai"

Les nouvelles pratiques de programmation, qu'elles soient le fait d'une partie de l'exploitation de type "généraliste" (notamment les multiplexes) ou de l'exploitation "art et essai", ont conduit à rendre les frontières entre ces deux secteurs de moins en moins étanches. La convergence vers les films "art et essai porteurs" est un des éléments caractéristiques de cette évolution. Dans ce contexte relativement récent, certains estiment nécessaire de renforcer l'originalité de la filière "art et essai".

De nombreux intervenants (distributeurs, exploitants "recherche", A.R.P) préconisent de modifier le système de soutien à l'exploitation "art et essai" et du système de recommandation des films afin de recentrer "l'art et essai" sur ses objectifs initiaux, la dispersion du label (*cf. chapitre 1.6*) tendant finalement à le dévaloriser.

Sans remettre en cause les qualités artistiques des films qui ont été recommandés, le recentrage souhaité devrait conduire à une plus grande exigence, les mesures qui pourraient être envisagées allant dans le sens d'une réduction du périmètre des films retenus.

L'essentiel des mesures proposées portant sur les systèmes d'aide, celles-ci seront traitées au chapitre 2.6 ci-après.

2.5 – Améliorer les conditions de programmation des films en salle

On a relevé précédemment que l'accroissement parallèle du nombre de films et de copies avait eu pour effet d'accélérer le rythme de rotation des films,

conduisant à ce que la S.R.F et l'A.C.I.D qualifient de "turn-over mortifère dans lequel un film chasse l'autre".

Un ordre de solutions envisagé par une part importante des professionnels consisterait dans la création ou le renforcement d'obligations relatives à la durée d'exposition des films en salle, de façon à remédier au phénomène décrit ci-dessus dans lequel des films sont retirés de l'affiche pour céder la place à des films nouveaux avant même que certains d'entre eux aient pu disposer du temps nécessaire pour "s'installer".

Plusieurs formules, qui ne s'excluent pas l'une l'autre, sont envisagées : elles s'appuient toutes sur l'idée d'une plus grande responsabilité de la salle à l'égard du film.

a) La première formule repose sur un engagement, pour toute salle choisissant de diffuser un film en première semaine, de le programmer à toutes les séances ("plein écran") durant toute la semaine, engagement dont on espère qu'il aura pour effet de réduire aussi bien le nombre de copies que le rythme de rotation des films. Dans l'état actuel des textes, cet engagement ne pourrait résulter que d'un accord entre distributeurs et exploitants ou d'un code de bonne conduite.

Une des difficultés de cette mesure tient à la délimitation du périmètre des exploitants qui y serait soumis, par référence notamment à la taille des agglomérations concernées, à la dimension des établissements (nombre d'écrans) et au type de programmation.

Il semble en effet clair que l'exploitant d'une salle ou de quelques salles situées dans une ville de taille petite ou moyenne ne pourrait souscrire un tel engagement dans la mesure où le marché potentiel local pour un film donné serait très vite "asséché". Pour cet exploitant, un engagement de programmation

à écran partagé, mais sur deux ou trois semaines, serait sans aucun doute plus intéressant.

Une version renforcée de cette formule est préconisée par le syndicat franco-américain de la cinématographie (qui regroupe les filiales des "majors américaines") : il propose d'intégrer, au sein d'un contrat de location réhabilité, une clause permettant de garantir à tout film 2 semaines d'exposition minimum ("plein écran"). Sur ce point on ne peut que renvoyer au rapport sur "le cinéma français face au droit de la concurrence" qui présentait une proposition d'obligation d'une durée similaire mais tenant compte des réserves évoquées ci-dessus.

b) La seconde formule propose d'élargir, d'une part à tous les multiplexes et d'autre part aux "entreprises-propriétaires", l'obligation déjà souscrite par les groupements nationaux de programmation, visant à garantir deux semaines d'exposition aux films européens sortis par des distributeurs, indépendants des sociétés intégrées et des "majors" américaines. Une autre variante de cette formule consiste à porter la durée d'exposition à 3 semaines, "plein écran".

Dans cet ordre d'idées, outre les modifications portant sur la durée d'exposition minimale et sur le type d'exploitations concernées, le groupe D.I.R.E propose de restreindre le champ des distributeurs retenus en excluant les sociétés de distribution adossées à des chaînes de télévision. Il s'agit, par ce biais, d'amener les entreprises soumises à ce type d'obligations, à accorder à la distribution "indépendante" l'espace qui serait laissé vacant par les films actuellement distribués par ces sociétés.

Quelles que soient la durée fixée et la définition des distributeurs retenue, une telle solution supposerait l'accord des intéressés, car la base juridique manque sans doute pour procéder par voie d'obligation.

Il faut rappeler que les engagements actuels portant sur ce type de films, à savoir les films européens de distributeurs indépendants, ne concernent qu'une partie des salles des groupements nationaux situées à Paris, et en Ile de France, et si la situation concurrentielle le permet, certaines grandes agglomérations de province. L'élargissement d'un engagement de ce type à tous les multiplexes, quelle que soit la situation concurrentielle locale, risque de fragiliser encore plus la ou les salles indépendantes (notamment "art et essai") situées dans le périmètre d'attraction du multiplexe qui souscrirait un tel engagement.

D'une part, parce qu'un tel dispositif permettrait aux multiplexes de prendre appui sur cet engagement pour "légitimer" leur stratégie de programmation vers les films "art et essai porteurs".

D'autre part, parce qu'il conduirait les salles "art et essai" à renoncer, à terme, du fait de cette situation concurrentielle, à ce qui constituait jusque là le cœur de leur programmation.

Les effets indirects de ces différentes mesures sur les exploitations "art et essai", ont été mis en avant par l'association française des cinémas d'art et d'essai (A.F.C.A.E), laquelle, opposée au principe d'engagements de ce type, considère que "les obligations de programmation imposées aux circuits doivent être totalement revues" sans préciser la portée de cette position de principe.

Enfin, a été préconisée une mesure déjà avancée dans le rapport de D. Goudineau, à savoir la mise en place d'un réseau de salles de continuation pour permettre à des films de poursuivre une carrière trop rapidement interrompue.

Ces salles pourraient alors bénéficier de taux de location revus à la baisse leur permettant d'offrir à leur clientèle des tarifs particulièrement attractifs.

2.6 - Procéder à un audit des différents systèmes d'aides

Avant d'analyser les propositions de modifications des différents systèmes d'aides qui ont été suggérées, il y a lieu de souligner l'intérêt que pourrait présenter un audit de l'ensemble des aides, non sur le plan proprement financier, mais pour en mesurer les effets au regard des objectifs initialement poursuivis.

A cet égard, beaucoup de suggestions ont été présentées : l'A.R.P, par exemple, souhaite voir redéfinir les objectifs de la politique de soutien et évaluer son efficacité. C'est dans cette perspective que de nombreux professionnels consultés ont proposé une restructuration de l'ensemble du système d'aides accordées par le C.N.C. s'il s'avère que leurs effets sont de nature à participer à l'inflation des sorties ou à accentuer les déséquilibres entre les différents intervenants.

a) Au stade de la production :

Certains regrettent que l'accent soit mis, avant tout, sur l'existence même d'un film au détriment des autres phases de son développement. Dans la perspective de mieux articuler ces différentes stades, notamment production et distribution d'un film, il conviendrait d'examiner les effets que pourrait avoir une mesure préconisée par le groupe D.I.R.E qui propose, pour éviter la production de films dans des conditions trop incertaines, de subordonner l'octroi de l'agrément d'investissement à la présence, au stade de la production, d'un distributeur clairement identifié.

b) Au stade de la distribution :

Aujourd'hui, les incertitudes portant sur l'avenir d'une grande partie des distributeurs justifieraient une refonte des dispositifs d'aides à la distribution si l'on veut garantir la pérennité d'un secteur en difficulté. A cet égard, l'Association française des cinémas d'art et d'essai préconise une réforme d'ensemble des aides sélectives à la distribution.

En dehors des allocations de soutien financier versées par le C.N.C, il est proposé de dégager des ressources supplémentaires en sollicitant les chaînes de télévision hertziennes et TPS (avant la probable fusion des deux bouquets satellitaires) pour qu'elles puissent verser, à l'image de Canal Plus, une contribution à la distribution des films français agréés. Cette disposition était déjà prévue par l'article 4 du décret n°2001-609 du 9 juillet 2001. Toutefois, sa mise en œuvre n'a pas été possible, faute d'un accord entre les parties concernées, à savoir les éditeurs de services et les représentants des organisations professionnelles.

S'agissant des aides versées par le C.N.C, et plus particulièrement des aides sélectives (destinées en priorité aux sociétés les plus fragiles), le groupe D.I.R.E souhaiterait, même si la qualité du travail effectué par la commission compétente est unanimement reconnue, que des modifications soient apportées à la procédure de l'aide "au film par film" et regrette que cette aide ait progressé dans des proportions plus importantes que les aides aux entreprises : le montant des aides sélectives accordées aux entreprises de distribution, compris annuellement entre 3,6 M€ à 4,3 M€ depuis 2000, a augmenté de 11%, alors qu'au cours de la même période, les aides au film par film, comprises entre 0,7 M€ et 1M€ (soit un montant quatre fois inférieur) ont enregistré une hausse de 28%.

Si ces évolutions n'obéissent pas au même rythme, les sommes allouées ne sont pas du même ordre et par conséquent, les progressions constatées sont difficilement comparables. En outre, comme le montre le tableau qui suit, le soutien d'aide aux entreprises est en progression constante depuis 2003 alors que parallèlement celui relatif "au film par film" a sensiblement diminué. Au total, il apparaît que le poids des ces deux dispositifs n'a que peu varié depuis cinq ans.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aide aux entreprises	3,92	3,86	3,60	4,05	4,33	4,35
%	84%	84%	81%	80%	82%	83%
Aide au film par film	0,72	0,76	0,86	1,03	0,96	0,92
%	16%	16%	19%	20%	18%	17%

Une autre modification proposée consiste, à limiter l'aide "au film par film", comme les autres aides à la distribution, à des sociétés ayant au moins une année d'existence et ayant distribué au moins un film. Cette mesure vise à freiner le "turn-over" annuel des sociétés de distribution (en moyenne, un quart d'entre elles disparaît chaque année). Chaque année, en effet, un certain nombre de producteurs sont amenés à distribuer leurs propres films, créant à cette occasion une société de distribution dont l'existence est liée à la sortie d'un seul film.

La mesure préconisée aurait toutefois pour effet de pénaliser la création de sociétés réellement nouvelles, qui ne pourraient prétendre, pendant leur première année d'existence, à aucune aide sélective. En outre, les économies ou la redistribution qui en résulteraient ne seraient pas significatives au regard des sommes allouées à ce dispositif (un peu moins d'un million d'euros par an pour une cinquantaine de films).

Enfin, la question a été posée de déterminer si les œuvres, dont la première diffusion s'effectue sous forme d'une "avant-première" sur une chaîne de télévision préalablement à leur sortie en salles, peuvent prétendre au bénéfice du soutien à la distribution.

Pour ces différentes catégories d'aides, des améliorations pourraient être apportées, à l'initiative du CNC et après consultation des professionnels : il s'agirait notamment de rechercher une meilleure coordination entre elles, de réexaminer la répartition actuelle entre l'aide aux entreprises et l'aide au film par film et de déterminer dans quelle mesure ces aides peuvent contribuer à l'inflation des sorties.

c) au stade de l'exploitation :

Concernant le soutien financier automatique, si son caractère redistributif, privilégiant les petites et moyennes exploitations, n'est pas remis en cause, en revanche il conviendrait, pour certains professionnels, de moduler ce soutien en fonction de l'effort de promotion effectué par la salle pour la diffusion des films européens et des films de cinématographies peu diffusées.

D'autres éléments de modulation pourraient entrer en jeu, telles que la durée d'exposition accordée aux films, le respect de la limitation de la multidiffusion, la diffusion gratuite d'un volume de bandes-annonces, la souscription de contrats écrits etc.

Par ailleurs, certains préconisent que la mise en communauté d'intérêts, permettant à un circuit d'exploitation de regrouper l'ensemble du soutien généré par la totalité de ses établissements au profit d'un seul de ses équipement⁴, soit réservée aux opérateurs ne détenant pas plus de 50 écrans. Limiter cette pratique permettrait, selon eux, de freiner la concentration observée au stade de l'exploitation.

⁴ *L'ampleur de son parc lui permet de disposer ainsi d'un droit de tirage régulier, contrairement à un opérateur de petite taille qui doit attendre de nombreuses années avant de pouvoir bénéficier de droits à soutien suffisants.*

Au sein des aides sélectives à l'exploitation, nombreux sont ceux qui souhaitent, à volume constant, recentrer les subventions "art et essai" sur leurs objectifs initiaux :

1°) En pondérant le critère "art et essai" d'un film par un coefficient dit industriel calculé à partir du niveau de son budget global de sortie (proposition de la S.R.F et de l'A.C.I.D).

2°) En valorisant, comme le suggère la fédération des distributeurs, la diffusion des films les plus fragiles (ceux qui disposent d'un faible nombre de copies ou sont issus de cinématographies peu diffusées). Une telle mesure rejoindrait les orientations du groupement national des cinémas de recherche (G.N.C.R) qui fait observer qu'en se limitant aux films "art et essai" et accessoirement à certains films "porteurs", les salles labellisées ne laissent plus qu'une place marginale aux films "recherche".

3°) En n'intégrant plus dans les modalités de calcul servant à déterminer le classement des salles "art et essai" les films ayant réalisé plus d'un million d'entrées (tels que "Le fabuleux destin d'Amélie Poulain", "Shrek", "Mars Attacks, etc). Selon la S.R.F et l'A.C.I.D qui sont à l'initiative de cette proposition, le principe d'une prime qui vient s'ajouter aux retombées financières déjà importantes résultant de la diffusion de ces films "millionnaires" (dont au demeurant les qualités artistiques ne sont pas contestées) ne se justifie pas.

La prise en compte de ces films se fonde sur le décret n°2002-568 du 22 avril 2002 portant définition et classement des établissements de spectacles cinématographiques d'art et d'essai qui stipule dans son article 1er, qu'à titre exceptionnel, les œuvres ayant concilié les exigences de la critique et la faveur du public peuvent être recommandées "art et essai".

C'est ainsi qu'entre 1996 et 2004, un peu moins d'une dizaine de films "millionnaires" en entrées ont bénéficié, chaque année, du label "art et essai". S'ils représentent 3% seulement des titres "art et essai", ils ont concentré près de

40% des entrées réalisées par l'ensemble des films "art et essai" et ont donc mobilisé un très grand nombre de séances.

La mise en œuvre de l'ensemble de ces propositions, si elles étaient retenues, nécessiterait une modification de la réglementation, ou tout le moins, une application beaucoup plus rigoureuse de celle-ci en ce qui concerne l'exception portant sur les films ayant rencontré la faveur du public.

2.7 – Améliorer les relations entre les distributeurs et les exploitants.

Une autre catégorie de mesures envisagées, et qui porte plus directement sur l'objet même de la mission, concerne les relations entre les distributeurs et les exploitants. Elle se divise elle-même en plusieurs rubriques.

a) Réhabilitation des contrats de location :

L'analyse de l'évolution du taux de location fait l'objet (*cf le b du chapitre 1.7*) d'appréciations contradictoires. Sur la base d'un constat qui semble partagé (stabilité du taux depuis une dizaine d'années après une baisse de 5 points entre 1980 et 1995), les exploitants, sans demander une révision du taux, estiment que ce dernier aurait pu évoluer en leur faveur compte tenu des lourds investissements qu'ils ont récemment consentis, dans un contexte où la salle n'est plus le support unique de l'exploitation d'un film.

Les distributeurs, du moins une partie d'entre eux, considèrent à l'inverse, que les "marges arrières" des exploitants ajoutées aux recettes annexes ont fait basculer ce taux, au bénéfice de ces derniers, bien au-delà du seuil des 50%.

Quel que soit le point de vue adopté, on pourrait envisager que la protection des intérêts respectifs des deux catégories d'intervenants puisse être assurée par la réhabilitation du contrat écrit de location, à l'existence duquel certains vont même jusqu'à suggérer de subordonner le soutien aux exploitants. A tout le moins, un code de bonne conduite devrait fixer les obligations s'imposant à chacune des deux parties.

b) Relations financières entre exploitants et distributeurs :

Les dépenses de promotion et de publicité constituent, on l'a vu (*cf. le c du chapitre 1.7*), une nouvelle source de tensions dans les relations entre distributeurs et exploitants. S'agissant des investissements publicitaires, leur accroissement résulte, selon les exploitants, de la hausse du nombre de films, dont la responsabilité incombe avant tout aux distributeurs. Un marché plus fluide, offrant moins de films, permettrait aux oeuvres de bénéficier d'une plus grande visibilité, évitant ainsi une surenchère dans les investissements publicitaires.

En la matière, les exploitants font observer que les distributeurs font payer aux salles (hors Paris) l'acquisition et l'acheminement du matériel publicitaire. A l'inverse, certains distributeurs soulignent la commercialisation croissante d'espaces publicitaires et préconisent à cet égard la diffusion gratuite d'un certain volume de bandes-annonces.

Sur ce dernier problème, les exploitants objectent que les salles ne peuvent diffuser que 3 à 4 bandes-annonces par séance (environ cinq minutes) et que par conséquent, au regard du nombre de nouveautés qui arrivent chaque mercredi (une dizaine en moyenne), elles sont conduites à opérer, sous leur seule responsabilité, une sélection, qui se porte le plus souvent sur les films "porteurs". Dans ce contexte, la fédération des exploitants préconise de rouvrir la réflexion sur une "ouverture encadrée de la publicité des films à la télévision".

Enfin, d'une manière plus générale, il a été proposé de rééquilibrer géographiquement la répartition des budgets de promotion, dans la mesure où 80% des dépenses publicitaires sont concentrées en Ile de France, alors que cette région ne réalise que 30% de la fréquentation nationale.

L'ensemble des questions relatives à la promotion des films justifierait l'élaboration d'un code de bonne conduite sur ce sujet.

c)- Révision du prix de référence dans le cadre des formules d'abonnement de type "entrées illimitées".

La revalorisation du prix de référence adopté par les émetteurs des deux principales formules d'abonnement de type "entrées illimitées" constitue le principal point de discussion en ce domaine (*cf. le d du chapitre 1.7*). Ces formules d'abonnement feront l'objet d'un renouvellement d'agrément en mars 2007. A cette occasion, il conviendra de solliciter la commission compétente pour que soit étudié entre les distributeurs et les émetteurs des formules en question un éventuel réexamen du prix de référence.

2.8 – Limiter les effets de la concentration verticale par rapport aux chaînes de télévision

Pour l'ensemble des professionnels, l'intégration verticale, à partir des chaînes de télévision, produit aujourd'hui des effets beaucoup plus forts sur le marché de la distribution que l'appartenance du distributeur à un groupe cinématographique intégré. Afin d'en restreindre les effets, plusieurs propositions ont été avancées :

a) Limiter le rôle des filiales de distribution des chaînes de télévision en supprimant, ou du moins en plafonnant à un certain pourcentage de leur activité, leur possibilité de distribuer des films autres que ceux financés par la chaîne dont elles relèvent.

b) exclure ces filiales de l'aide automatique à la distribution (C.N.C, Canal Plus) ou minorer les aides auxquelles elles peuvent actuellement prétendre.

De telles modulations supposent toutefois, sur le plan juridique, de distinguer ces entreprises des autres sociétés de distribution. Aujourd'hui, l'organisation du soutien à la distribution repose principalement sur des critères d'éligibilité des œuvres à ces aides et sur des distinctions fondées sur la surface financière des entreprises et non sur leur statut (qu'elles soient adossées aux chaînes de télévision, qu'elles relèvent de groupes cinématographiques intégrés ou qu'elles soient réellement indépendantes des uns et des autres). Dans cette perspective, le groupe D.I.R.E recommande la mise en place d'un statut de distributeur "indépendant" permettant d'introduire une majoration du soutien au bénéfice de cette catégorie. Serait considéré comme indépendant, tout distributeur non adossé à une chaîne de télévision ou à un réseau d'exploitation de dimension nationale.

Au regard des évolutions récentes qui caractérisent le marché de la distribution, notamment l'arrivée sur ce marché des filiales des chaînes de télévision, la fédération des distributeurs a, sur ce point, une position différente. Si elle reconnaît la nécessité d'opérer une distinction au sein de l'ensemble des distributeurs, elle suggère de l'effectuer selon la ligne de partage suivante : les entreprises qui sont adossées aux chaînes de télévision et le reste de la distribution "traditionnelle", qu'elle relève ou non de groupes cinématographiques intégrés.

En tout état de cause, des mesures qui viseraient à limiter, en matière de distribution, les possibilités d'action des chaînes de télévision et de leurs filiales seraient de nature législative et soulèveraient des problèmes juridiques délicats. Une solution consistant à avantager les distributeurs "indépendants" serait sans doute moins difficile à mettre en oeuvre.

2.9 - Revoir la chronologie des médias ?

Le niveau actuel de la production et ses conséquences, notamment l'impossibilité d'offrir des conditions d'exposition satisfaisantes à tous les films sortis, conduiront-ils à terme à ce que certains films produits ne soient finalement jamais distribués en salle ?

Dans cette hypothèse, certains suggèrent de définir un statut du film de cinéma destiné à la salle, dispensant par la même ceux qui n'en bénéficieraient pas, du passage obligé en salle. Une telle distinction risquerait d'aboutir à la création d'un système à deux vitesses qui pénaliserait les œuvres qui n'auraient pas été diffusées préalablement en salle, dans la mesure où malgré la concurrence exercée par les autres modes d'exploitation, celle-ci reste encore considérée comme la seule vitrine d'exposition.

Pour les films dont la sortie en salles est la condition du paiement du pré-achat par Canal Plus, l'alternative consisterait, notamment pour ceux qui ont obtenu, en salle, des résultats très médiocres, à modifier les règles de la chronologie de diffusion, l'objectif étant d'accélérer leurs délais de diffusion sur les autres supports, soit pour une sortie en DVD, soit pour une diffusion avancée sur les chaînes spécialisées.

Toutefois, dans l'environnement technologique actuel, l'organisation de la diffusion des films est d'autant plus complexe que les différents supports d'exploitation se sont multipliés. Raccourcir les délais pour une catégorie de films impliquerait de réorganiser l'ensemble des "curseurs" prévus pour chacun des modes d'exploitation. Une telle perspective, qui dépasse très largement les objectifs assignés à cette mission, mérite une étude particulière.

De façon plus générale, on a le sentiment que les professionnels du cinéma hésitent par rapport à la télévision entre deux attitudes : soit séparer clairement les deux secteurs (diffusion en salle et diffusion à la télévision) et éviter par exemple que des téléfilms puissent être projetés en salles, soit au contraire favoriser les passerelles entre eux, en admettant par exemple que l'agrément "télévision" vaille pour les sorties en salles.

2.10 - Renforcer la coopération et organiser la concertation entre les professionnels

a) Renforcer la coopération :

Comme on l'a noté, la plupart des constatations faites et des mesures proposées par les professionnels le sont le plus souvent dans une perspective "catégorielle", sinon individuelle. Or il est vraisemblable qu'une coopération entre les divers intervenants pourrait être efficace.

Par exemple, on pourrait imaginer que des distributeurs s'associent au sein d'un G.I.E pour acquérir dans de meilleures conditions des espaces publicitaires en salle.

De même, pour remédier à l'atomisation de la petite et moyenne exploitation, une coopération ou une mise en réseau entre des exploitants reposant sur un

même modèle économique les placerait, a priori, dans une position plus favorable qui leur permettrait d'accéder plus aisément aux films qu'ils souhaitent. L'affiliation à un réseau pourrait leur permettre de mieux affronter la concurrence avec les grands circuits de programmation.

Dans cette perspective, l'association française des cinémas d'Art et Essai pourrait contribuer à favoriser ce type de rapprochements entre exploitants de cette catégorie.

Une redéfinition des missions de l'A.D.R.C pourrait sans doute être recherchée pour faciliter des actions communes de promotion. C'est dans le même sens que la S.R.F et l'A.C.I.D ont proposé la création d'un fonds d'initiative culturelle destiné à faciliter les actions de promotion menées par des exploitants en faisant appel aux réalisateurs ou acteurs du film.

Le rapport de D. Goudineau soulignait déjà l'intérêt d'encourager toutes les initiatives en vue d'un travail commun entre distributeurs et exploitants.

b) Organiser la concertation :

On peut se demander également s'il ne conviendrait pas, compte tenu des difficultés du dialogue entre les différentes catégories de professionnels concernés, de mettre en place une procédure plus systématique de concertation.

Parmi les neuf mesures en faveur de la distribution des films et de l'écriture de scénarios rendues publiques par le ministère de la culture le 3 avril 2001, figurait la constitution d'une instance de concertation entre les distributeurs et les exploitants sous forme d'un groupe de travail constitué sous l'égide du C.N.C. L'objectif était d'approfondir le dialogue sur les difficultés rencontrées par les professionnels de ces deux secteurs : conditions de programmation des films

(prévisions des sorties, conditions d'accès et de retrait des écrans), calendrier de sortie des films et prolifération du nombre de sorties, diffusion du matériel de promotion....

La reprise de ce projet, qui semble ne pas avoir eu de suite durable, ne fait pas l'unanimité au sein des intéressés et certains se déclarent même franchement opposés à toute concertation. Pourtant l'expérience de réunions plus larges regroupant les principaux acteurs des filières de distribution et d'exploitation, après les auditions individuelles, montre la possibilité et l'intérêt d'une discussion commune.

Dans cette perspective il pourrait être envisagé, avec l'accord des professionnels, de créer une instance de concertation se réunissant régulièrement (par exemple tous les mois ou tous les trimestres) et qui pourrait regrouper, sous la présidence d'une personnalité extérieure, la fédération des exploitants, les représentants de l'art et essai, des différents distributeurs ainsi que des deux grands circuits nationaux.

CONCLUSION

Le présent document ne constitue pas à une étude d'ensemble des problèmes de la distribution et de l'exploitation des films en salle. Il cherche plus modestement, à refléter les positions et les propositions des différentes parties.

Le constat qu'il a pu faire est celui de la convergence dans le temps de nombreux éléments, apparus ces dernières années, qui modifient de façon structurelle la diffusion des films en salles : accroissement du nombre de films, multiplication du nombre de copies, forte hausse des dépenses de promotion, saisonnalité de la programmation, recherche systématique d'une fréquentation maximale dans les délais les plus brefs, très grande hétérogénéité dans la situation des distributeurs et des exploitants et dans les résultats des films, incertitudes sur l'identité de la filière "art et essai", développement de la concentration horizontale et verticale, intervention des filiales des chaînes de télévision sur le marché de la distribution, relations plus difficiles entre distributeurs et exploitants, incertitudes sur le bien-fondé de la "chronologie des médias". S'y ajoute l'évolution prochaine vers le numérique.

Devant l'ampleur de ces changements, la tendance de certaines des personnalités entendues est au fond d'estimer nécessaire de remettre en cause le système actuel de règles qui encadre le marché et de le revoir dans son ensemble, compte tenu de son inadaptation à la situation nouvelle. D'autres souhaitent s'en remettre au libre jeu des règles du marché. L'objectif de la présente mission est, on l'a indiqué, plus restreint.

Certaines des solutions esquissées, en matière d'extension du champ des agréments de programmation ou de réforme des aides à la distribution par exemple, supposent des mesures réglementaires. D'autres, en tant qu'elles touchent à la concurrence ou aux conditions de l'activité économique des sociétés, relèvent du domaine législatif. Il appartiendra au CNC et aux pouvoirs publics d'apprécier l'opportunité des unes et des autres.

D'autres encore supposent une concertation accrue entre les professionnels du secteur, que ce soit de façon formalisée par des accords ou des codes de bonne conduite, ou de façon plus souple, par exemple si des exploitants prenaient des engagements qu'ils ne sont pas actuellement tenus de souscrire.

Ce rapport ne marque donc en lui-même qu'une étape. Il peut être poursuivi par des études complémentaires, si l'opportunité de celles-ci apparaît. Il peut aussi se suffire à lui-même s'il offre l'occasion aux différents professionnels du cinéma de traiter ensemble des problèmes qui leur sont communs.

ANNEXES

1 – Lettre de mission.

2 - Liste des personnalités rencontrées.

3 – Résumé des solutions envisagées.

4 - Rappel des mesures préconisées par D. Goudineau (rapport sur la distribution des films en salles – Mai 2000).

5 - Rappel des préconisations mentionnées dans le rapport sur "le cinéma face au droit de la concurrence" (Octobre 2002).

direction générale

téléphone 01 44 34 36 26

télécopie 01 44 34 36 97

Paris, le 15 DEC. 2005

Monsieur Jean-Pierre LECLERC
Conseiller d'Etat Honoraire
26, avenue de Lowendal
75007 PARIS

Référence : 04/FH

Monsieur le Président,

On constate depuis plusieurs années une augmentation sensible du nombre de films programmés dans les salles de cinéma : de 387 en 1996, ce nombre a été porté à 534 en 2004, soit une augmentation de 38 %, ainsi qu'en témoignent les derniers chiffres de l'Observatoire de la diffusion cinématographique. Dans le même temps, le nombre de copies de films mises en circulation a connu une progression de l'ordre de 106 % (passant de 37 300 copies en 1996 à 76 500 en 2004), non seulement par l'effet mécanique de l'augmentation du nombre de films, mais aussi par l'élargissement de la surface d'exposition de ceux-ci.

S'il convient, dans l'absolu, de se féliciter de cet enrichissement de l'offre de films en salles, cette situation n'est cependant pas exempte d'effets pervers.

Ainsi, l'augmentation progressive du nombre de films ne s'est pas accompagnée d'un meilleur étalement des sorties tout au long de l'année, ce qui entraîne des phénomènes d'encombrement des sorties certaines semaines (notamment durant l'hiver).

Par ailleurs, l'augmentation du nombre de copies ne s'accompagne pas nécessairement non plus d'une augmentation du nombre de spectateurs par copie. Elle est ainsi susceptible, soit de porter atteinte à la diversité de l'offre, soit de provoquer un raccourcissement de la durée d'exposition des films en salles, réduisant les chances qu'ont ceux-ci de rencontrer leur public.

En outre, dans ce contexte, les conditions de promotion des films en salles (diffusion des bandes annonces) font aussi l'objet d'un débat récurrent entre exploitants et distributeurs

Conscients de ces phénomènes et de leurs effets potentiellement nuisibles à la carrière des films en salles, les exploitants et les distributeurs, ont, il y a

centre
national de la
cinématographie



12 rue de Lübeck
75784 Paris Cedex 16



quelques années, tenté de trouver des moyens de mieux maîtriser les différents paramètres de la programmation des films en salles. Toutefois, ces efforts- quoique réels et suivis de quelques effets positifs- n'ont pas abouti à la rédaction d'un « code de bonne conduite » qui engage les différents acteurs de la profession, comme c'est le cas pour les politiques promotionnelles (tarifaires) des salles de cinéma, sur lesquelles un code de pratique a pu être défini et élaboré en commun entre distributeurs et exploitants.

De même, si les engagements de programmation contractés par les ententes de programmation et les entreprises propriétaires de multiplexes préservent la diversité de la programmation et régulent la concurrence entre exploitants, leur portée ne couvre pas l'ensemble des problèmes liés à l'augmentation du nombre de copies en circulation.

C'est pourquoi - comme je l'ai annoncé publiquement lors du soixantième Congrès de la Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF) en septembre dernier- il me paraît nécessaire que les professionnels du cinéma s'acheminent vers la rédaction d'un tel code. Dans ce domaine en effet, la réglementation a peu de prise et la discipline professionnelle et l'autorégulation sont les voies les plus adaptées à la recherche de solutions efficaces aux problèmes posés.

Afin d'accompagner les professions concernées dans leur démarche, je souhaiterais vous confier une mission de médiation et d'expertise qui aura pour objectif de recueillir les avis et suggestions de toutes les parties concernées par les questions évoquées plus haut et de les aider à trouver des solutions adaptées afin d'améliorer les conditions actuelles de sortie des films en salles.

Vous disposerez à cet effet de l'appui des services du Centre national de la cinématographie, en particulier de la Direction du cinéma (Mission de la diffusion) et du Service des études des statistiques et de la prospective. J'attacherais le plus grand prix à ce que vos premières propositions me soient remises avant la mi-avril 2006.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération très distinguée.

Bien Sincèrement

V. Cayla

Véronique CAYLA

ANNEXE N°2 : LISTE DES PERSONNALITES RENCONTREES

Fédération nationale des cinémas français (F.N.C.F)

M. Jean Labé (Président)
M. Olivier Snanoudj (Délégué Général)

Association française des cinémas d'art et d'essai (A.F.C.A.E)

M. Patrick Brouiller (Président)
M Xavier Blom (membre du conseil d'administration)

Groupement national des cinémas de recherche (G.N.C.R)

M. Bernard Favier (Président)
M. Olivier Bruant (Délégué général)

UNICINE

M. Jean Pierre Decrette (Président)
Mme Hortense de Labriffe (Déléguée générale)

Circuit Georges Raymond (C.G.R)

M. Roger Marc Lecoq (Directeur général)

EUROPALACES

M. Franck Lebouchard (Directeur général)
M. Xavier Rigault (Directeur de la programmation)

UGC

M. Alain Sussfeld (Directeur général)

Agence pour le développement régional du cinéma (A.D.R.C)

M Bernard Rapp (Président)
M Jean-Michel Gévaudan (Délégué général)

Fédération nationale des distributeurs de films (F.N.D.F)

M. Marin Karmitz (Président)
Mme Julie Lorimy (Déléguée Général)
M Victor Hadida (Directeur général Metropolitan FilmExport)
Mme Anne Françoise Beylier (Métropolitan FilmExport)

Syndicat franco-américain de la cinématographie

M Daniel Goldmann(Président)
M. Eric Brune (Directeur général de Gaumont-Columbia)
M. Jean François Camillieri (Directeur général de Buena Vista International)
M Philippe Desandré (Directeur des ventes Warner Bros)

Distributeurs indépendants réunis européens (D.I.R.E)

Mme Isabelle Dubar (I.D Distribution)
Mme Régine Vial (Films du Losange)
Mme Fabienne Vonnier (Pyramide)
Mme Adeline Monzier,(Déléguée générale)

Syndicat des distributeurs Indépendants (S.D.I)

Mme Mima Fleurent (Présidente)
Mme Eva Roelens (Administratrice)
M Vincent Paul-Boncour (Président),
M. Maurice Tinchant (Pierre Grise),
M Didier Costet (Equation),

Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (A.C.I.D)

Mme Marie Vermillard (réalisatrice)
M. Pascal Deux (réalisateur)

Auteurs, Réalisateur, Producteurs (A.R.P)

M. Michel Gomez (Délégué Général)
M. Gérard Krawczyk (réalisateur)

Société des auteurs et compositeurs dramatiques (S.A.C.D)

M Pascal Rogard (Directeur général)

Société des réalisateurs de films (S.R.F)

Mme Mariana Otero (réalisatrice)
Mme Catherine Legave (Déléguée générale)
M. Jean Pierre Thorn (réalisateur)

Syndicat des Producteurs Indépendants (S.P.I)

M. Marc Olivier Sebbag (Délégué général),
Mme Pauline Duhault (Elia Films)
Mme Miléna Poylo (TS Production)

Union des Producteurs de Films (U.P.F)

Mme Marie Paule Biosse du Plan (Déléguée Générale)
M Philippe Godeau (Pan Européenne)

Chambre syndicale des producteurs de films et exportateurs de films français

M. Jean François Lepetit (Président)
M Jean Cottin (Délégué Général)

Canal +

M. Manuel Alduy (Directeur des acquisitions).

France Télévisions

M Daniel Goudineau (chargé de l'expertise sur le développement de la projection numérique en salle)
M Christian Airaud (Chef du service "Culture" / France 2)

TF1

M Laurent Storch (Directeur des acquisitions)
M Pascal Delarue (Directeur général adjoint)

T.P.S

Mme Caroline Got (Directrice générale TPS Cinéma),
Mme Marie-Laure Léger (en charge des partenariats),
M Guillaume Jouhet (Directeur général adjoint)

ANNEXE N°3 : RESUME DES SOLUTIONS ENVISAGEES

Réguler le nombre de films et de copies

- 1 – Examiner les modes de financement de la production pour rechercher s'ils contribuent à une augmentation du nombre de films.
- 2 – Etudier la possibilité d'un plafonnement du nombre de copies par bassin de population.
- 3 - Etendre le champ des engagements de programmation pour réduire le nombre des copies (limitation de la multidiffusion pour l'ensemble des multiplexes).

Améliorer le calendrier des sorties de films

- 4 -Engager des négociations avec les ayants-droit de films français pour permettre la programmation de ces films tout au long de l'année.
- 5 - Etudier avec les chaînes de télévision la possibilité d'une promotion télévisée en faveur des sorties de films sur l'ensemble de l'année.
- 6 - Rétablir le système d'aide aux producteurs et distributeurs sortant des films entre le 15 juin et le 15 août et allonger cette période jusqu'au 31 août. En contrepartie, réduire l'aide aux films sortant pendant les périodes de surcharge.
- 7 - Réaliser une étude et des enquêtes d'opinion sur le comportement des spectateurs par rapport au calendrier des sorties.
- 8 - Relancer la mise en oeuvre d'un calendrier prévisionnel des sorties de films.

Revoir le statut des salles et des films "art et essai"

Améliorer les conditions de programmation des films en salle

- 9 - Créer des obligations de maintien des films à l'affiche en tenant compte de la nature des salles : programmation "plein écran" sur au moins une semaine, ou programmation "à écran partagé" sur deux ou trois semaines.
- 10 - Elargir à tous les multiplexes et aux "entreprises-propriétaires" soumises aux engagements de programmation l'obligation de garantir deux semaines d'exposition aux films européens sortis par des distributeurs "indépendants".
- 11 – Etudier la possibilité de limiter le périmètre des films européens susceptibles d'être diffusés dans le cadre des engagements de programmation en excluant les films sortis par les filiales de distribution des chaînes de télévision.

12 – Encourager la mise en place d'un réseau de salles de continuation permettant à des films de poursuivre une carrière trop rapidement interrompue.

Procéder à un audit des différents systèmes d'aides

13 – Procéder à un audit des différents systèmes d'aides pour en mesurer les effets au regard des objectifs poursuivis et en améliorer l'efficacité.

14 - Subordonner l'octroi de l'agrément des investissements à la présence, au stade de la production, d'un distributeur clairement identifié.

15 – Relancer la concertation entre les éditeurs de service et les représentants des organisations professionnelles pour la création d'un fonds destiné à la distribution tel que prévu à l'article 4 du décret n°2001-609 du 9 juillet 2001.

16 – Rechercher une meilleure coordination entre les aides sélectives à la distribution et examiner l'intérêt d'une nouvelle répartition entre l'aide aux entreprises et l'aide au film par film.

17 - Exclure de l'aide à la distribution les œuvres dont la première diffusion s'effectue sous forme d'une "avant-première" sur une chaîne de télévision.

18 - Moduler les aides à l'exploitation en fonction de l'exposition accordée par la salle aux films européens et aux films des cinématographies peu diffusées.

19 – Etudier la possibilité de limiter la mise en communauté d'intérêts aux opérateurs ne détenant pas plus de 50 écrans.

20 – Procéder à une application plus rigoureuse de l'article 1^{er} du décret n°2002-568 du 22 avril 2002, en limitant l'exception portant sur les films ayant rencontré la faveur du public.

Améliorer les relations entre les distributeurs et les exploitants

21 – Réhabiliter le contrat de location, ou définir par un code de bonne conduite les obligations minimales réciproques des distributeurs et des exploitants.

22 - Elaborer un code de bonne conduite relatif à la promotion des films (diffusion en salles des bandes-annonces, matériel publicitaire).

23 – Entamer une réflexion sur une "ouverture encadrée de la publicité des films à la télévision".

24 - Rééquilibrer géographiquement les investissements publicitaires actuellement concentrés à 80% en région parisienne.

25 - Prévoir les modalités d'un réexamen du prix de référence retenu dans le cadre des formules d'abonnement de type "entrées illimitées" lors du renouvellement des agréments de ces formules.

Limiter les effets de la concentration verticale par rapport aux chaînes de télévision

26 - Limiter le rôle des filiales de distribution des chaînes de télévision aux films financés par celles-ci ou restreindre à un certain pourcentage de leur activité totale leur possibilité de distribuer des films autres que ceux financés par la chaîne dont elles relèvent.

Exclure ces filiales des aides automatiques à la distribution ou minorer les aides auxquelles elles peuvent prétendre.

27 - Mettre en place un statut de distributeur "indépendant" des groupes intégrés et des chaînes de télévision permettant d'introduire une majoration du soutien au bénéfice de cette nouvelle catégorie.

Renforcer la coopération et organiser la concertation entre les professionnels

28 - Développer les actions de coopération au sein d'une même catégorie de professionnels (création d'un GIE entre distributeurs pour acquérir des espaces publicitaires) et entre les différentes catégories (actions communes de promotion des distributeurs et des exploitants).

Assurer le financement de ces actions par l'A.D.R.C ou par un fonds qui serait créé à cet effet.

29 - Poursuivre une réflexion conjointe sur les conséquences de la diffusion des films par voie numérique.

30 - Mettre en place une instance de concertation réunissant régulièrement, sous la présidence d'une personnalité extérieure, les représentants des exploitants, des distributeurs et des grands circuits nationaux.

Améliorer les conditions économiques de la distribution des films :

- 1./ intégrer les dépenses prévisionnelles de la distribution dès l'origine du film en désignant un "distributeur délégué"
- 2./ assurer un partage du risque de la distribution, en acceptant le principe d'une "co-distribution financière"
- 3./ modifier les textes relatifs aux obligations des chaînes et des SOFICA pour leur permettre de contribuer à la distribution des films
- 4./ imaginer d'autres récompenses du risque et du succès en créant des primes sur le compte de soutien fondées sur d'autres critères que le nombre de spectateurs
- 5./ instaurer un "soutien antenne" et un compte vidéo au profit des distributeurs en salle pour les faire participer à l'exploitation ultérieure de l'œuvre

Mieux apprécier et rémunérer le travail du distributeur et sa mission de recherche :

- 6./ instaurer une prime à la qualité fondée sur le travail du distributeur qui remplacerait les aides actuelles à la structure et au programme
- 7./ instaurer une aide à la recherche-découverte des talents, consacrée aux distributeurs oeuvrant pour les cinématographies peu diffusées, mais aussi pour les premiers films et les courts-métrages.

Renforcer les moyens de promotion des films :

- 8./ ouvrir la publicité en faveur du cinéma à la télévision, en limitant cette possibilité aux chaînes locales et régionales
- 9./ constituer un groupe de travail mixte distributeurs-exploitants pour élaborer une charte de bonne conduite sur les conditions de programmation et les moyens de promotion (diffusion des bandes annonces, mise à disposition du matériel publicitaire)
- 10./ instaurer des rabais au profit de la publicité pour le cinéma insérée dans la publicité diffusée en salles
- 11./ inciter les salles à forte identité à être des "circuits alternatifs" capables de mener des actions collectives d'intérêt économique
- 12./ ouvrir le réinvestissement du soutien à l'ensemble des moyens de promotion
- 13./ encourager les nouveaux moyens de promotion par toutes les procédures existantes
- 14./ créer une ligne d'aide à l'innovation pour soutenir les études de faisabilité d'idées nouvelles en matière de promotion

Favoriser la meilleure exposition du film français :

- 15./ maintenir la diversité d'exposition en renforçant les engagements de programmation
- 16./ intégrer le travail de proximité effectué par les salles comme élément déterminant des aides sélectives de l'Etat
- 17./ mettre en place une formation d'"animateurs-programmateurs" de salles
- 18./ encourager toutes les initiatives visant au travail conjoint des distributeurs et des exploitants

La gestion dans le temps : le calendrier de sortie des films et la durée d'exposition :

- 19./ créer une prime de réinvestissement pour les distributeurs qui investissent leur compte de soutien sur des films sortant l'été
- 20./ réorienter les aides au tirage de copies de l'ADRC selon les efforts de sortie l'été
- 21./ soutenir la promotion des films à la télévision durant l'été
- 22./ étendre le rôle du médiateur du cinéma aux conditions de retrait des films des écrans
- 23./ lier l'attribution de certaines aides à une obligation de maintien des films à l'affiche
- 24./ encourager les initiatives qui visent à organiser des "séances de rattrapage" pour les films trop vite disparus des écrans

ANNEXE N°5

Rappel des propositions mentionnées dans le rapport sur "le cinéma face au droit de la concurrence" (octobre 2002)

- I. Remédier à l'insuffisant recours aux autorités de la concurrence en matière de comportements anticoncurrentiels. Dans ce contexte :
- renforcer le lien entre les autorités de la concurrence et les acteurs du secteur concerné, en encourageant - notamment par une meilleure information - les opérateurs à saisir eux mêmes ou par le biais de leurs syndicats les autorités de la concurrence ; par une information systématique par le Centre national de la cinématographie des autorités de la concurrence, en l'occurrence la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, de tout fait susceptible de constituer une pratique anti-concurrentielle et dont il aurait eu connaissance ;
 - rappeler aux opérateurs, lorsque l'urgence de la situation rend nécessaire une action rapide sur le marché, la possibilité de demander des mesures provisoires, avant l'instruction au fond ;
 - poursuivre et approfondir la coopération déjà à l'œuvre entre le Centre national de la cinématographie – notamment son Comité de la diffusion – et les autorités de la concurrence, dans l'examen des opérations de rapprochements d'entreprises dans le secteur cinématographique.
- II. Aborder les causes du phénomène de l'accélération de la rotation des films en salles et de l'encombrement du marché. Dans ce contexte :
- examiner la possibilité d'un dispositif spécifique relatif à une durée minimale d'exposition des films en salles tenant éventuellement compte de la taille de l'agglomération, de l'établissement et du nombre de copies ;
 - envisager l'élaboration par les professionnels d'un mécanisme d'auto-régulation du type « Code de bonne conduite de la diffusion des films » (sur le modèle du Code de bonne conduite sur les pratiques promotionnelles des salles de cinéma) ;
 - prévoir sa prise en compte par le Médiateur du cinéma et le Comité de la diffusion cinématographique ;
 - en tout état de cause, élargir la publicité du rapport d'activité du Médiateur du cinéma.
- III. Identifier les tendances à l'intégration verticale entre les diffuseurs et l'ensemble de la filière cinématographique, procéder à une analyse économique de leurs conséquences, et si elles sont potentiellement négatives, examiner la pertinence d'une réglementation limitative d'une telle intégration.

- IV. Identifier dans un rapport d'analyse économique et juridique d'experts européens indépendants les spécificités du secteur cinématographique afin de sensibiliser la Commission européenne aux logiques particulières qui sont à l'œuvre dans ce secteur. Dans ce contexte, réaffirmer le principe reconnu par la Commission de non-interchangeabilité et non-substituabilité d'un produit culturel, et rechercher une position commune des Quinze au Conseil de l'Union européenne sur les aides d'Etat au cinéma avant le réexamen de la Commission en 2004, notamment en poursuivant les travaux engagés par les responsables des instituts de cinéma des différents pays.

- V. Réfléchir aux moyens de faire prévaloir concrètement une exception culturelle (en l'espèce cinéma) dans le domaine des aides d'Etat, en explorant deux pistes : la modification du Traité (qui va être renégocié lors de la Convention) ou l'adoption d'un éventuel règlement d'exemption.