



HAL
open science

Économie du cinéma et multiplication des supports de diffusion. Le cas français entre exemplarité et incertitude

Laurent Creton

► **To cite this version:**

Laurent Creton. Économie du cinéma et multiplication des supports de diffusion. Le cas français entre exemplarité et incertitude. Le cinéma : permanences et métamorphoses, 180, Raison présente, 2011. hal-01351210

HAL Id: hal-01351210

<https://univ-sorbonne-nouvelle.hal.science/hal-01351210>

Submitted on 26 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Creton Laurent, « Économie du cinéma et multiplication des supports de diffusion. Le cas français entre exemplarité et incertitude », *Raison Présente*, n°180, « Le cinéma : permanences et métamorphoses », Paris, 4^e trimestre 2011, pp. 29-38.

Laurent Creton

Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel (IRCAV)

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

Économie du cinéma et multiplication des supports de diffusion.

Le cas français entre exemplarité et incertitude

La crise du cinéma et sa mort toujours prochaine participent d'une rhétorique convenue qui l'accompagne depuis ses origines. On peut y voir le signe d'une effroyable malédiction, ou bien le fruit d'une interminable construction mélodramatique qui participe du charme de ce monde interlope. Si l'on se contente d'apprécier la santé du cinéma à l'aune du nombre d'entrées, les conclusions dépendent grandement de la période retenue, tant les retournements de tendance ont été marqués tout au long du XX^e siècle. La fréquentation cinématographique française dépassait 400 millions de spectateurs dans l'après-guerre. À partir de 1957, et en dix ans, elle chute de moitié pour se stabiliser à un palier de 200 millions d'entrées dans les années soixante-dix et le début des années quatre-vingt, mais elle chute encore dans les années suivantes pour toucher un point bas de 116 millions en 1992. Après un tel effondrement, les Cassandre pouvaient sembler fondés à extrapoler la tendance et considérer que la fin de siècle coïnciderait avec la fin du cinéma en salles. Or, depuis 1992, la fréquentation française a progressé de 78 % : elle a atteint 170 millions en 1998, 187 millions en 2001, pour dépasser les 200 millions en 2009 et progresser encore en 2010 à 206 millions d'entrées, un niveau qui n'avait pas été atteint depuis 1967.

Ces chiffres encourageants, si on les considère globalement, n'épuisent pourtant pas la question du statut du cinéma, ni celui de la salle, dans un univers multimédiatique toujours plus concurrentiel. Si la sortie en salles continue à fonder l'identité cinématographique d'un film, elle tend de nos jours à jouer un rôle essentiellement promotionnel par rapport à une valorisation sur d'autres supports (télévision, vidéo, et désormais téléphonie mobile, tablette, vidéo à la demande, téléchargement ou streaming via l'Internet). Dès lors, la croissance de la diffusion quantitative des films de cinéma sur de nombreux supports, et dans le monde entier, peut être considérée comme le triomphe d'une innovation portée sur les fonts baptismaux à la fin du XIX^e siècle par de talentueux pionniers :

Lumière, Edison, Méliès, Pathé et tant d'autres. On pourrait dire que le cinéma ne s'est jamais si bien porté. Mais cette croissance dans le cadre d'un nouveau modèle économique multicanal ne comporte-t-elle pas des risques sérieux quant à la nature même du cinéma, à son identité ?

La dénonciation des méfaits de « la télévision » a longtemps fait florès. On lui a d'abord reproché, du temps du monopole public, de ne pas acheter suffisamment de films, et en outre à des prix dérisoires. Avec l'avènement de la télévision de marché, on l'a ensuite accusée de piller ses trésors pour en faire un douteux commerce propre à l'exploiter et à lui faire perdre un statut conquis de haute lutte. Bien des inquiétudes se sont exprimées vis-à-vis d'un assujettissement qui résulterait du rapport obligé à cette machine à diffuser des programmes dont l'hyperproductivité et l'omniprésence contraignent les autres activités à redéfinir leur position, voire leur raison d'être.

Par-delà les disputes rituelles, il n'est pas pourtant inutile de s'affranchir des discours qui placent traditionnellement le cinéma en position de victime. Il est certes possible d'identifier les signes de l'épuisement d'un certain modèle économique du cinéma qui a prévalu pendant presque un siècle, sans pour autant en conclure à son anéantissement, ni même à la perte définitive de ce qui le caractérise essentiellement. D'autant moins qu'en termes de débouchés le cinéma se porte particulièrement bien : au cours des trois dernières décennies, il a bénéficié d'une formidable augmentation de ses marchés et de ses financements, principalement grâce à la télévision, la vidéo et les nouveaux médias, ce qui explique l'ambivalence structurelle de sa relation avec ces polarités plus récemment installées dans le paysage médiatique. Même si les films de cinéma ont vu leur audience baisser depuis une quinzaine d'années et ne bénéficient plus de la même place dans les grilles de programmation des chaînes généralistes, cette inflexion ne change pas la tendance lourde : jamais le cinéma n'a connu une telle diffusion que de nos jours, si l'on considère l'ensemble de ses supports de diffusion et de valorisation. Évidemment, se pose la question de la définition du cinéma dont on parle : le cinéma en salle, ou le film de cinéma valorisé sur de nombreux supports.

Cinéma : une filière sous influence

Depuis les années quatre-vingt, l'économie de la production cinématographique française s'est profondément transformée : son mode de financement est passé de la prévalence d'une logique d'amortissement, consistant pour le producteur à prendre un risque direct sur les films, à la logique de préfinancement : en échange d'une partie des droits d'exploitation attribués aux chaînes de télévision, il a mutualisé son pari artistique et financier. Cette évolution de la pondération entre les différents modes de financement correspond à l'évolution de la part relative des marchés dans la rentabilisation du film de cinéma. Dans la valorisation d'ensemble du film, la salle n'a cessé de voir sa part diminuer, les marchés que l'on appelle encore « secondaires » que sont la télévision et la vidéo étant devenus prépondérants.

Les chaînes de télévision sont le principal débouché de la production cinématographique, et sa principale source de financement, jusqu'à dépasser 40 % au tournant des années deux mille. Les apports financiers des chaînes rendus obligatoires par les accords interprofessionnels ont constitué une contribution essentielle au développement du cinéma français pendant plus d'une vingtaine d'années, mais au fond, si la tendance se confirme, combien de temps encore pourrait se maintenir un système réglementaire qui oblige des chaînes de télévision à investir dans des films de cinéma dont l'audience est de plus en plus incertaine, alors que d'autres programmes, notamment téléfilms, séries, émissions de plateau, « télé-réalité » et autres émissions de divertissement, peuvent présenter des caractéristiques de coût, d'audience, de rentabilité et de fidélisation bien plus avantageuses ?

En matière de pratiques audiovisuelles, une donnée majeure et structurelle de ces trois dernières décennies réside dans leur prodigieux développement qui, pour une part, se cumule aux pratiques cinématographiques originelles mais qui, en définitive, débouche sur une dissociation croissante du film et de la salle. L'économie de la filière cinématographique s'en trouve bouleversée, avec une dépendance toujours accrue vis-à-vis de la télévision et de la vidéo qui sont devenues prépondérantes en matière de débouchés comme de financement. La relation biunivoque entre le film et la salle, s'est progressivement délitée au profit d'un système économique composite fondé sur la multivalorisation du film de cinéma sur de nombreux supports, dans le cadre d'une dynamique de concurrence-coopération entre le marché primaire de la salle et l'ensemble des autres marchés devenus largement prédominants en chiffre d'affaires.

En dépit de la remontée de la fréquentation cinématographique engagée depuis le milieu des années quatre-vingt-dix, le cinéma en salles ne représente plus qu'une modeste part des pratiques audiovisuelles prises dans leur ensemble. Cette disproportion dans l'affectation du temps se retrouve également dans la structure des dépenses des ménages français en programmes audiovisuels qui, dans leur ensemble, ont fortement augmenté, passant de deux milliards d'euros en 1985 à huit milliards en 2010. Au milieu du XX^e siècle, le cinéma représentait la totalité des dépenses ; en 1980, le cinéma ne représente plus que la moitié de ces dépenses, l'autre moitié étant consacrée à la redevance télévision. Au tournant des années deux mille, cette proportion a fortement chuté, se situant entre 14 % et 16 %, point tant à cause de l'évolution de la fréquentation des salles, mais essentiellement en raison de l'extraordinaire croissance des dépenses des ménages en vidéo et plus encore en abonnements à des chaînes de télévision payantes qui représentent 40 % des dépenses des ménages en programmes audiovisuels.

Un processus de diffusion-valorisation multicanal

Depuis ses origines, la fonction première et essentielle de la salle a été l'exploitation, c'est-à-dire la valorisation marchande de toute l'activité de la filière cinématographique au travers de la remontée de recettes. À partir des années

quatre-vingt, cette fonctionnalité a progressivement cessé d'être centrale et la salle se définit de plus en plus, à la mesure du développement des autres marchés associés, autour d'un nouveau rôle : celui de vitrine qui participe des lancements promotionnels indispensables à l'établissement de la notoriété des films pour une rentabilisation pour l'essentiel ultérieure. Rappelons que la réglementation autour de la chronologie des médias joue un rôle déterminant dans cette économie, visant à ce que le film de cinéma soit valorisé progressivement et de façon coordonnée sur les différents marchés. Le raccourcissement des délais de diffusion est engagé, avec la sortie vidéo ramenée en 2009 à quatre mois après la sortie en salles, contre six mois auparavant, mais malgré la pression de nombreux acteurs qui veulent réduire ces délais afin de disposer de « produits plus frais » cette régulation parvient à se maintenir en France.

L'aura et la force d'attraction que garde le cinéma expliquent les convoitises qu'il suscite dans la perspective de générer une valorisation marchande associée et transposée. La salle qui, en termes industriels, se trouve en aval de la filière cinématographique originelle se retrouve en amont d'une chronologie des médias et d'une longue séquence d'exploitation du film sur d'autres supports. Une telle évolution peut être pensée comme une simple adjonction de canaux de distribution supplémentaires ; on peut aussi considérer qu'elle est de nature à remettre en cause assez fondamentalement le charpentage de la filière, tous les rapports entre production, distribution et exploitation cinématographiques étant redéfinis en raison de cette mutation du système de diffusion. C'est à ce titre que l'on peut faire référence au terme « multicanal » qui désigne une stratégie de distribution de biens ou de services utilisant de multiples supports de façon intégrée.

Pour la production cinématographique, la télévision constitue à la fois un débouché majeur et une source essentielle de financement, mais la chute de l'audience des films de cinéma sur les chaînes généralistes se traduit par des montages financiers plus difficiles à réaliser, surtout pour certains films. La politique des chaînes se caractérise par une prise en compte plus affirmée de leurs propres critères et par une sélectivité accrue, ce qui explique que bien des projets de film peinent à trouver un financement télévisuel dès lors qu'ils ne sont pas considérés comme adaptés aux cases des grilles de programmation. Ces dernières années, les chaînes généralistes tendent à concentrer leurs investissements sur un plus petit nombre de films susceptibles de rencontrer un large succès, en salles puis lors de leur diffusion télévisuelle. Est ainsi confortée la bipolarisation de la production cinématographique française : d'un côté davantage de films à gros budget bénéficiant de campagnes promotionnelles massives ; de l'autre, davantage de films à petit budget (moins de deux millions d'euros), et entre les deux un fossé qui se creuse.

Alors que le cinéma est confronté au risque de se noyer dans le grand magma communicationnel au sein duquel il ne serait plus qu'un programme audiovisuel

différencié à la marge, ou un faire-valoir, ses professionnels regroupés en syndicats tentent de défendre son intégrité et ses spécificités, mais il se trouve *de facto* placé en situation de quasi-intégration au sein d'un système qui tend à imposer, sans que cela puisse surprendre, ses propres logiques et à faire prévaloir ses propres intérêts. Dans ce système, le film comme la salle de cinéma deviennent les éléments d'un système intégré de commercialisation. Le film dans ses diverses modalités de diffusion et les produits associés forment une gamme structurée destinée à rentabiliser un concept matriciel sur un marché étendu. La salle s'intègre dans un ensemble marchand qui tire sa performance de la subtile combinatoire des offres, des établissements de commerce et des prestataires de service (stratégie de ventes croisées ou *cross selling*).

L'aura cinématographique en question

L'aura du cinéma et les pratiques qui lui sont associées constituent le cœur du son capital, les spéculations autour des catalogues de droits en constituant la traduction la plus explicite. La télévision a été particulièrement intéressée par l'exploitation de cette aura cinématographique, et le reste encore, mais réciproquement les films de cinéma y bénéficient d'un espace de diffusion, d'un support de promotion et d'une base de financement de premier plan. Pourtant, ce système n'a peut-être pas la permanence que l'on a longtemps supposé. Au cours de ces trente dernières années, le système télévisuel a intensifié l'exploitation des films de cinéma jusqu'à produire des effets de profusion et de banalisation.

Depuis le tournant des années deux mille, il est distribué en salles chaque année en France entre 550 à 590 films inédits. La télévision généraliste, quant à elle, diffuse beaucoup plus de reprises que de nouveautés et elle a longtemps pu s'appuyer sur le succès de nombreuses rediffusions, celles-ci ayant constitué l'essentiel de ses meilleures audiences. Mais la tendance s'est infléchie : l'accroissement massif du nombre de titres pluri-diffusés conduit à donner au genre cinématographique au sein des chaînes en clair une image vieillissante et peut expliquer pour une part sa lente érosion. Le capital d'aura du cinéma court toujours le risque de se dissoudre dans l'intarissable profusion des programmes audiovisuels et plus largement dans ce que les industries de la communication dénomme les « contenus ».

Avec un cinéma dont la diffusion est devenue principalement télévisuelle et avec une télévision qui multiplie les téléfilms et les séries de prestige mobilisant des facteurs et des pratiques pouvant être considérées comme relevant du cinéma, sa définition est encore plus équivoque. En France, le clivage traditionnel entre cinéma et télévision, longtemps entretenu au nom d'une hiérarchie symbolique, tend dans la pratique à diminuer sous l'effet d'un nombre croissant de réalisateurs qui circulent entre les deux mondes. Le fort développement d'une « sériephilie » revendiquée et argumentée est même venu, notamment en exaltant la créativité d'un certain nombre de séries américaines, participer de la tentative de raboter la rente symbolique de la cinéphilie classique et des objets de culte qui lui sont associés. Les évolutions technologiques autour du numérique qui portent

sur le tournage, la post-production, le montage et aussi la diffusion viennent également contribuer à la convergence des pratiques et des logiques.

Depuis la fin des années quatre-vingt-dix, les séries télévisées de prestige ont largement participé de l'atténuation des frontières entre les deux mondes : en mobilisant des comédiens, des réalisateurs, des moyens financiers et techniques issus du cinéma, la distinction entre film de cinéma et film de télévision s'est encore réduite.

Pour la distinction entre film de cinéma et téléfilm, reste déterminante la sortie en salles qui donne le label, avec l'impact symbolique et promotionnel qui lui est associé. Les sorties minimalistes de nombreux films – parfois de simples « sorties techniques » – sont venues souligner que bien des films dits « de cinéma » ne parviennent pas à rencontrer un public cinématographique et sont *de facto* destinés à une diffusion via les chaînes de télévision et l'Internet. Les sorties en salles de films initialement tournés par et pour certaines chaînes de télévision viennent montrer que le cheminement inverse est également possible ; chaque année, plusieurs films produits par Arte suivent un tel parcours.

Recompositions industrielles et politique du cinéma en France

La filière cinématographique, conforme à son architecture économique originelle, reste préservée dans une intégrité minoritaire de figure de ce qui fut, mais elle tend à être désarticulée en raison de la prééminence fonctionnelle, financière et marchande du modèle de diffusion qui relève largement des industries de la communication. Par contraste avec ses encombrants voisins, le cinéma apparaît comme l'héritier d'une longue et glorieuse lignée d'arts du spectacle, en quête d'alliances pour tenter de garantir sa pérennité sans pour autant trop gravement porter préjudice à son identité. Le développement très rapide du marché du DVD a pu faire penser qu'il contribuerait au rééquilibrage et à la constitution d'un nouveau modèle économique pour le cinéma, devenant ainsi moins dépendant pour son financement des chaînes de télévision. Mais ce marché qui a suscité l'enthousiasme pendant quelques années régresse depuis 2005 et il n'est plus possible de le considérer comme le chevalier blanc de la production cinématographique. Quant à la vidéo à la demande (VàD), elle ne constitue encore qu'un marché émergent.

Pourtant, malgré tous les défis, la situation reste plus contingente et indéterminée qu'il n'y paraît. Le cinéma semble être en mesure de sauvegarder une intégrité relative grâce à des ancrages culturels et artistiques qui ont été préservés, tout particulièrement en France. Culturellement et symboliquement, il garde une identité forte, en dépit du déclin de sa position économique relative et de l'exploitation intensive de son *aura* par d'autres secteurs. Face à l'emprise du système audiovisuel-communicationnel, l'important pour le cinéma est d'être capable de toujours réaffirmer une différence et, mieux encore, une distinction. Malgré les évolutions industrielles et les initiatives visant à l'instrumentaliser, il reste marqué par le pouvoir singulier de se placer dans un ailleurs, dans une invitation faite au spectateur de porter un autre regard. Par-delà les

caractéristiques techniques concernant l'image, le son ou le confort, la salle se spécifie par le rituel de la séance comme parenthèse dans le temps et dans l'espace, à l'intérieur de laquelle une disponibilité est donnée, une pleine attention est consacrée au film. Le cinéma, ce n'est pas la même attention, pas la même intention, pour les créateurs comme pour les spectateurs. Ce n'est pas la même relation au temps : un autre rapport à la durée, à la permanence, à l'inscription dans une temporalité, dans une historicité. C'est d'ailleurs bien ce qu'il y a de profondément contradictoire et destructeur dans la rotation accélérée des films à l'écran, qui fait courir le risque de les ravalier au rang de produits jetables.

Le cinéma est à la fois lieu de grande exigence intellectuelle, culturelle, artistique, et lieu commun, dans une double acception d'espace largement ouvert à tous et à chacun, pour le meilleur et pour le pire, et d'espace public propice au débat dans la Cité. Les discours d'espérance et militants autour du cinéma – un cinéma exigeant qui parvient de plus en plus difficilement à trouver sa place – sont certainement utiles en ce qu'ils entretiennent la flamme cinéphilique, qu'ils défendent la foi dans le cinéma, qu'ils cherchent à réenchanter le monde. Mais la tentation du repli sur un dernier fortin de samourais du septième art peut comporter des effets pervers, notamment conduire à sous-estimer les dimensions pragmatiques et l'importance cruciale que revêtent la capacité à réinventer des logiques de coopération et le perfectionnement des systèmes de régulation.

Au sein de la profession, dans un contexte de peur exacerbée par la crise économique, la tentation du chacun-pour-soi se manifeste chez quelques-uns, pouvant induire la réaction mimétique de tous les autres. Il importe en conséquence d'être encore plus vigilant vis-à-vis de telles dérives, de prendre appui sur le travail accompli depuis des décennies par des institutions telles que le CNC et par les associations professionnelles pour savoir mettre en avant la solidarité active et l'esprit de responsabilité au service du cinéma. Un cinéma dont les composantes industrielles et marchandes n'empêchent pas toujours que l'on puisse lui reconnaître qu'il existe en tant qu'art.

En matière de politique française du cinéma, qui s'est largement déployée au cours de la seconde moitié du XX^e siècle, l'on peut identifier des cycles marqués par un balancement de pondération entre politique industrielle et politique culturelle, mais l'engagement des pouvoirs publics ne s'est jamais démenti. De nos jours, c'est à la fois le corpus de valeurs et l'engagement politique qui semblent plus incertains, comme si de nombreuses années marquées par de profondes transformations du système industriel et les impératifs de compétitivité sur une échelle internationale avaient fini par fissurer l'édifice. On continue à célébrer le septième art, mais il a perdu une « centralité » qui a beaucoup fait pour le soutien politique et financier dont il bénéficie depuis longtemps.

Le dispositif français d'aide au cinéma est défendu avec passion par ceux qui y voient l'un des outils essentiels de défense de la création et de la diversité

culturelle, également un instrument de politique industrielle qui a fait ses preuves, notamment si l'on considère par contraste l'état des autres cinématographies en Europe. À rebours, il est considéré comme l'un des symboles d'une « exception française » qui suscite l'ironie et la critique de ceux qui vouent aux gémonies l'intervention publique et dénoncent ses effets pervers. Tout un système de régulation, assez sophistiqué, a été mis en place en France au fil des décennies et il a grandement contribué à la vitalité de la filière cinématographique, mais sa pérennité et son évolution sont conditionnées par des remises en cause pouvant venir de Bruxelles et par les récurrentes négociations sur le commerce international.

En dépit des risques quant à son devenir, alourdis par le lobbying de secteurs qui ne souhaitent pas être assujettis à un système contraignant en faveur du cinéma et pensent pouvoir s'en affranchir d'autant plus aisément que les marchés sont devenus transnationaux, le modèle français du cinéma reste une référence centrale dans le monde et l'une des rares alternatives crédibles au primat d'un cinéma-monde dont les chantres utilisent la lénifiante formule de « libre marché » pour tenter de pousser plus loin encore ses avantages. Quant à l'évocation exaltée des enjeux culturels et les ambitions déclarées de diversité culturelle, elles peuvent avoir quelque utilité mobilisatrice, mais leur caractère souvent incantatoire ne devrait pas faire perdre de vue l'intérêt de défendre et de réinvestir une véritable politique culturelle et industrielle, les deux dimensions étant fatalement entremêlées dans le champ cinématographique.

Laurent Creton
Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3