

CONSEIL DE L'EUROPE  
COUNCIL OF EUROPE

Strasbourg, avril 1978

01  
AS/Cult (30) 12

Or. fr.

ASSEMBLÉE PARLEMENTAIRE



COMMISSION DE LA CULTURE ET DE L'ÉDUCATION

Colloque sur "le cinéma et l'État"

Lisbonne, 14 - 16 juin 1978

LA SITUATION ÉCONOMIQUE DU CINÉMA EN EUROPE

par Claude Degand

Centre national de la cinématographie française

(Expert consultant)

TABLE DES MATIERES

|   | <u>Page</u> |
|---|-------------|
| Introduction .....  | 1           |
| Chapitre I : PANORAMA ECONOMIQUE .....                          | 3           |
| A : Le Marché .....   | 3           |
| B : La Production .....   | 9           |
| C : La Distribution .....                                       | 15          |
| D : Le Financement .....  | 21          |
| Chapitre II : CINEMA ET TELEVISION .....                        | 29          |
| A : La situation dans les divers pays .....                     | 29          |
| B : Les problèmes en litige .....                               | 33          |
| Chapitre III : CRISE DU CINEMA ET POLITIQUE EURO-MEDIA .....    | 39          |
| A : Récapitulation .....  | 39          |
| B : Politique européenne des media .....                        | 41          |
| Conclusion .....  | 45          |
| Annexe I : La théorie des subventions et le cas du cinéma ..... | 46          |
| Annexe II : Le cinéma européen en chiffres .....                | 47          |

LA SITUATION ECONOMIQUE DU CINEMA EN EUROPE

INTRODUCTION

*"L'économie n'est pas un domaine  
"aussi scientifique que l'usage  
"permanent de chiffres prétendument  
"exacts semblerait l'indiquer."*

*Oskar MORGENSTERN*

1. Cet avertissement du célèbre auteur de la Théorie des Jeux n'a pas perdu de son actualité : ne traversons-nous pas une crise que la "science" économique ne réussit guère mieux à maîtriser qu'elle n'avait su la prévoir ? Aussi bien, dans le cinéma où l'art et l'émotion sont en combinaison instable avec l'industrie et le commerce, ne peut-on trop attendre du calcul économique ni faire aveuglément confiance aux chiffres. Tout de même, dans un secteur s'adonnant plus souvent au culte du flair que de la logique, un peu d'esprit de géométrie ne saurait nuire, pour autant qu'on ait garde de l'éclairer, autant que faire se peut, par l'esprit de finesse. Après tout, et selon l'expression lapidaire d'un journaliste new yorkais, "le producteur de film est certes un joueur ... mais un fou, NON".

2. S'il faut donc être joueur pour produire des films, c'est que l'art cinématographique est, par ailleurs, une industrie, mais une industrie de l'émotion où la dose de risque est particulièrement élevée. L'après deuxième guerre, ce fut, pour le cinéma d'Europe, une période de prolifération de mesures d'aide en même temps que d'euphorie résultant de marchés en expansion. Puis vinrent les années 60, celles d'un reflux continu des spectateurs, avec le mot "crise" figurant depuis lors au menu quotidien des responsables cinématographiques.

3. La recherche de solutions à cette crise d'échelle européenne implique au moins qu'on tente, à cette même échelle, d'en prendre la mesure. Tâche d'autant plus nécessaire qu'au-delà de ses grands traits la crise affecte une assez grande diversité d'un pays à un autre. Tâche également rendue difficile par les lacunes de l'information économique, et ceci bien que, par nécessité, l'analyse porte essentiellement sur le cinéma commercial et de spectacle ; ce qui ne signifie pas qu'on oublie pour autant le secteur non commercial, et d'autre part, le film de formation et information dont le rôle social autant que le chiffre d'affaire ne sauraient être sous-estimés.

4. Le plan adopté a finalement été celui, fort classique, de la répartition du cinéma en ses diverses branches :

| <u>Page</u> | <u>Chapitre I</u> : PANORAMA ECONOMIQUE  |
|-------------|--|
| 3           | A : <u>Le Marché</u> = Spectateurs, recettes, prix de place, etc.  |
| 9           | B : <u>La Production</u> = volume, investissements, création.  |
| 15          | C : <u>La Distribution</u> = les firmes (européennes et aussi américaines), la répartition des films, l'exportation, la censure. |
| 21          | D : <u>Le Financement</u> = les Aides, la fiscalité ...  |

le tout constituant le PANORAMA ECONOMIQUE. Les problèmes de TELEVISION (concurrence, coproduction, cofinancement) sont traités dans un chapitre spécifique (Chapitre II).

Enfin, le Chapitre III, après une courte RECAPITULATION (pages 39-40) des principaux "points chauds" relevés au cours de ce bref tour d'horizon européen, aborde le problème plus vaste d'une éventuelle POLITIQUE EUROPEENNE DES MEDIA.

## CHAPITRE I - PANORAMA ECONOMIQUE

### A. LE MARCHE CINEMATOGRAPHIQUE

1. Le Marché, avec ses consommateurs-spectateurs, constitue la base de l'industrie et même de l'art (1) du film, il constitue la source essentielle de son financement. Comment se présente donc le marché cinématographique européen ?

2. Les salles rassemblent quelque 27.000 points de vente débitant environ 1.500 millions de billets d'entrée dans l'année. Le nombre de foyers tournant autour de 110 millions, on voit qu'il y a, en moyenne, dans l'Europe de l'Ouest, environ 4.100 foyers pour une salle. Mais cette densité de l'offre de salles peut varier selon le pays avec une amplitude dont le cas anglais fournit un exemple extrême : on y trouve environ 11.700 foyers pour une salle ... taux qui, transposé en Espagne, donnerait 850 salles seulement alors qu'on en dénombre plus de 5.000, le taux réel y étant de 2.000 foyers par salle, soit un taux similaire à celui de l'Italie. Passant du sud au nord, c'est-à-dire les pays nordiques, on débouche sur un taux à peine moins bon puisque égal à 2.500 foyers par salle. Quant aux autres pays, il en est (la France = 3.800) qui se situent autour de la moyenne Europe, d'autres qui sont moins bien équipés (Belgique et Danemark avec 5.200), d'autres enfin qui tendent à se rapprocher du type anglais de "désert cinématographique" comme la République Fédérale d'Allemagne, avec 7.300 foyers par salle, et les Pays-Bas avec 9.300 foyers par salle. Bien entendu, on ne saurait tirer de ces chiffres des conclusions trop absolues : de pays à pays, la configuration géographique, la densité des transports, entre autres facteurs, peuvent créer des différences qui peuvent compenser, en partie au moins, les insuffisances apparentes de l'équipement cinématographique.

3. A côté du volume et de la densité de cette infrastructure des points de vente, il y a aussi sa qualité, son style, son type, facteurs qui sont loin d'être semblables partout. En Italie, par exemple, pays connu pour l'importance de son parc de salles (soit : 8.558 salles, chiffre le plus élevé d'Europe), il faut tenir compte des salles qui ne fonctionnent qu'occasionnellement, en été par exemple, ou qui ne sont pas gérées selon les normes commerciales usuelles (salles de communautés religieuses) : aussi ne dénombre-t-on que 2.004 salles fonctionnant tous les jours et 2.999 ouvertes seulement de 1 à 10 jours par mois. En Norvège, c'est le facteur "salles municipales" dont on fait la découverte : il s'agit de 217 salles sur un total de 439 mais qui totalisent 81 % des spectateurs. Si la Norvège ne possède pas de circuits de salles, par contre il en existe dans beaucoup d'autres pays, notamment en Grande-Bretagne dont les deux firmes EMI et RANK totalisent à elles deux plus de 30 % des 1.530 salles du Royaume-Uni, en France (UGC et Gaumont/Pathé) et même dans un plus petit pays tel que les Pays-Bas (avec le circuit TUSHINSKI associé à RANK depuis 1971).

---

(1) "A quoi sert un beau tableau remisé au grenier ?", remarquait récemment R. ALDRICH en faisant allusion à l'échec de son film "Les Derniers Feux du Crépuscule".

4. Il y a encore d'autres facteurs à considérer. Il y a par exemple les "Multisalles", c'est-à-dire les "Complexes". Il s'agit d'une évolution récente (2) et qui semble inégalement développée dans les divers pays. La France et la Grande-Bretagne sont sans doute à la pointe de cette évolution. En France, 439 complexes totalisent 1.318 salles (ou "écrans") sur un total de 4.443 salles ; ainsi les salles groupées dans un même site - c'est-à-dire les salles de complexes - représentent 30 % du total des "écrans" français. En Grande-Bretagne, il y a 252 complexes groupant 848 salles : elles représentent 55 % des 1.530 salles du Royaume-Uni. En France, le nombre moyen de salles par complexe est de 3 et en Grande-Bretagne il est de 3,36. Autre facteur à citer : le problème posé par l'exploitation de films à thème pornographique et/ou violence. En France, il a conduit, suite à une législation spécifique, à l'apparition de "salles spécialisées" dans ce genre de films : on en dénombre 168 (dont 59 à Paris) sur le parc des 4.443 salles françaises. En Espagne, une récente législation (Décret royal du 11 novembre 1977) prévoit aussi une catégorie de salles dites "spéciales", pour la projection de films dont le thème principal ou exclusif est le sexe ou la violence ; ces salles doivent ne pas avoir plus de 200 fauteuils, être ouvertes un an sans interruption, et ne fonctionner, dans chaque localité, qu'à raison d'une salle spécialisée pour 10 salles "normales" fonctionnant toute l'année. En République Fédérale d'Allemagne, suite à la modification du Code pénal, on a vu fleurir les "PAM-KINOS" où on peut assister à une projection pornographique dans un local si le prix d'entrée (par exemple 10 DM) est en majeure partie (par exemple 6 DM) constitué par le prix de la consommation servie pendant la projection. C'est encore en République Fédérale d'Allemagne qu'on découvre deux modalités d'exploitation cinématographique peu répandues dans les autres pays. Ce pays possède, en effet, depuis plusieurs années, des cinémas pour autos (4 en 1967, 19 depuis 1971, à côté des 3.092 autres salles classiques) qui font d'excellentes affaires. Il est vrai que ces cinémas-parcs fournissent des services de snack et cafeteria qui comptent pour 26 % dans le chiffre d'affaires alors que la confiserie ne représente que 6 % du chiffre d'affaires d'une salle classique. Ce qui a conduit à l'apparition d'un autre type d'exploitation : salles classiques (salles "4 murs" = 4 walls cinema) offrant en plus du film des "services", c'est-à-dire boissons et cafeteria. Les salles de ce type ("VERZEHRKINO") ont démontré, de 1971 à 1975, qu'elles répondaient à un besoin : leur fréquentation a augmenté de 96 % pendant que l'ensemble du marché allemand reculait de 26 % !

5. Au total, le parc européen de salles se révèle nettement plus important que, par exemple, celui des USA puisque ce dernier, avec près de 15.000 points de projection, n'atteint pas tout à fait les deux tiers du chiffre européen ; néanmoins, le réseau américain présente une densité un peu supérieure à celle de l'Europe : 4.500 cinémas par foyer américain contre 4.000 en Europe. Il reste que les chiffres européens actuels traduisent la baisse enregistrée au cours des dernières années puisqu'en 1959/1960 c'est d'un réseau de 42.000 salles dont disposaient les Européens. Bien entendu, cette perte moyenne du tiers a été plus forte et est intervenue plus tôt dans certains pays : 60 % de fermetures en Grande-Bretagne et en Belgique, 55 % en République Fédérale d'Allemagne.

---

(2) Ainsi, en France, le nombre de salles (et d'écrans) a baissé continuellement jusqu'à 1972 inclus, où il n'atteignait plus que 4.206 pour remonter continuellement à partir de 1973.

6. Mais que représente la demande cinématographique européenne ? Les ventes se chiffrent, comme dans tous les autres commerces et secteurs, en volume et en valeur, ces deux paramètres étant assez souvent mesurés séparément (3) par les statisticiens cinématographiques. Le volume des ventes représente une masse d'environ 1.500 millions de spectateurs (ou de billets, ou d'entrées, les appellations variant de pays à pays) (4). En valeur des ventes - c'est-à-dire la recette brute des salles - le marché peut être approximativement chiffré à 10.000 millions de FF. Mais comment ces résultats sont-ils obtenus ? La fréquentation cinématographique n'est pas homogène à l'intérieur de l'Europe. Le rythme de fréquentation, apprécié par l'indice obtenu en rapportant la masse annuelle de billets vendus à la population totale, varie en effet entre un maximum de 8 (l'habitant va 8 fois par an au cinéma) comme en Italie, et un minimum de 2 comme en République Fédérale d'Allemagne, au Pays-Bas et en Grande-Bretagne, la moyenne européenne étant d'environ 4. Dans cette ligne moyenne, on trouve le Danemark (avec 3,7) et la France (avec 3,3), tandis que l'Espagne (avec 7) et le Portugal et la Grèce (pour autant qu'on dispose de données valables) se situent au-dessus, et que des pays comme la Belgique et l'Autriche (avec 2,5 et 2,4) se classent parmi les faibles consommateurs cinématographiques. Ce qu'il faut aussi noter dans la conjoncture actuelle c'est qu'un pays, l'Italie, qui fut longtemps le champion de la fréquentation cinématographique en Europe, est frappé à son tour par le phénomène de fuite de la demande. Il est vrai que ce marché est soumis aux effets combinés et cumulatifs d'une concurrence débridée de la télévision (TV périphériques et surtout "locales"), de l'insécurité dans les rues, de la baisse du pouvoir d'achat. Un autre pays, la Grande-Bretagne, avait subi il y a des années ce phénomène d'érosion - pour d'autres raisons il est vrai - et le gouvernement, quoique sans doute trop tard (en 1961) avait alors totalement exonéré de taxe la recette cinématographique. Les circonstances étant totalement différentes, c'est au contraire à une augmentation de la fiscalité que le commerce cinématographique italien doit en plus faire face (la TVA-billets étant passée de 6 % à 12 % puis à 14 %). Il reste que la masse de spectateurs italiens reste supérieure à celle des marchés anglais, français, allemands réunis.

7. Le volume des ventes cinématographiques européennes dépasse donc de 500 millions de spectateurs le marché USA qui se situe à environ 1.000 millions. Il n'en témoigne pas moins, comme le chiffre des salles, de ce qu'on peut appeler l'écroulement de la demande : dans les années 1959-1960 en effet, c'était plus du double (3.300 millions environ) d'entrées qui étaient enregistrées dans les salles d'Europe. Contraction du parc, contraction de la demande, c'est ce que traduit l'évolution du nombre moyen de spectateurs par salle :

période 1959/1960 = 78.000 spectateurs par salle (environ)

période 1975/1976 = 55.000 spectateurs par salle (environ)

soit un recul de 30 %.

---

(3) Ce n'est malheureusement pas partout le cas : il est évident que les pays qui doivent se contenter de déduire le nombre de spectateurs du total des recettes (facteur enregistré), en divisant ce total par un prix moyen de place posé en hypothèse, n'aboutissent qu'à une donnée approximative en matière de spectateurs. Dans les pays qui, au contraire, enregistrent séparément recettes et spectateurs, le "prix moyen de place" est une donnée non enregistrée mais calculée en divisant recettes par spectateurs.

(4) Statistiques : anglaises = "ADMISSIONS"  
allemandes = "BESUCHER"

8. Vu sous l'angle non plus du volume mais de la valeur des ventes, le panorama européen est - apparemment au moins - différent en cela que la masse des recettes n'a pas régressé = elle peut être évaluée (5) à plus de 9.000 millions de FF. C'est-à-dire qu'il y a eu, nominalement, progression de la recette grâce à une augmentation quasi permanente et générale des prix des places. Si en effet le prix moyen actuel en Europe semble être de 6 F., c'est-à-dire 1,20 dollar au moins, il faut se rappeler qu'il n'atteignait, dans les années 1959/1960, que 0,30 dollar seulement. A l'époque, le prix moyen américain était le double (0,60 dollar), c'est presque encore le cas actuellement puisque les 1.000 millions-spectateurs et une recette de 2.036 millions de \$ donnent un prix moyen de 2 \$, mais il semble quand même que la progression est plus forte en Europe.

9. Ce phénomène généralisé d'enchérissement (6) des prix en période de fuite du consommateur et de raréfaction des salles mérite qu'on s'y attarde un peu : le marché a-t-il été étudié avec assez de soin ? La politique pratiquée en matière de prix est-elle la bonne ?

10. Bien que dans plusieurs pays le cinéma ait fait l'objet d'études de marché, on peut dire qu'il reste largement le domaine de la subjectivité et du flair. Est-ce une erreur ? C'est en tout cas l'avis de D. PICHERT (7) qui attribue la crise du film allemand à l'incapacité de ses promoteurs de recourir aux instruments de la science économique, d'où l'inadaptation radicale de la production aux besoins du marché. Il estime que la production de films, bien qu'elle ne puisse trouver ailleurs que dans le marché l'essentiel de son financement, s'est révélée incapable de jouer solidement le jeu de la conquête du public, face à d'aussi puissants concurrents que les établissements publics de télévision, face au défi d'une industrie des loisirs en pleine ascension, et face à la concurrence d'une importation totalement libre de films étrangers. "On a préféré plutôt se tourner vers le haut, sous forme d'un lobby destiné à faire pression sur le gouvernement, que vers le bas, c'est-à-dire vers le marché et ses exigences". Il est vrai, ajoute encore D. PICHERT, "qu'il aurait fallu vaincre une certaine mentalité qui veut qu'il soit de bon ton d'afficher un certain dédain pour le grand public, l'art étant supposé incompatible avec le commerce ...". Cette analyse désabusée a, certes, trait au cinéma et au film allemand dont la situation ne s'est pas améliorée depuis la parution de ces lignes. Mais est-on sûr qu'il n'y a pas là matière à réflexion pour les autres pays ?

---

(5) "Évaluée" seulement car l'imprécision ou/et l'absence de statistiques jointes aux cours fluctuants des monnaies compromet beaucoup l'homogénéité des statistiques de cette nature.

(6) C'est-à-dire augmentation plus forte que celle du taux moyen d'inflation : ainsi, en République Fédérale d'Allemagne, de 1970 à 1975, l'augmentation des prix des places de cinéma se situe à 22 points en dessus de celle de l'indice du prix de détail.

(7) Cf. D. PICHERT : "une production cinématographique pour le marché = objectif non viable ou tentative ratée ?", in "Film und Recht" - Munich - 15.6.1976. D. PICHERT est par ailleurs auteur d'un livre sur les coûts de production de films.



11. Un autre observateur du cinéma arrive à la conclusion qu'il s'agit d'une curiosité économique. T. GUBACK (8) note que rien ne s'y passe comme ailleurs puisque "les coûts de production n'ont aucune relation avec les prix de vente au public, puisque la demande du consommateur n'exerce aucun effet sur le prix affiché par le magasin, et puisque, enfin, la qualité du film n'a que peu de rapport avec son coût". Mais 16 ans auparavant, dans sa remarquable analyse économique du cinéma anglais - et de l'écroulement de son marché - J. SPRAOS (9) de l'Université de Londres, avait été frappé par un phénomène propre au cinéma : dans ce secteur, la chute de la demande provoque non une baisse des prix mais au contraire une hausse de ceux-ci. De même qu'il avait relevé une autre caractéristique : la demande (la fréquentation des spectateurs) n'est pas indépendante de l'offre (nombre de salles ouvertes au public) en sorte que le phénomène de "fermeture de salles", effet de la chute de la demande, se transforme bientôt en cause (supplémentaire) du recul de la fréquentation.

12. Le régime de prix généralement pratiqué est-il sain ? La question mérite d'être posée, même si les professionnels y sont généralement peu portés (10). En République Fédérale d'Allemagne, par exemple, B. DREHER (11) estime que le niveau des prix exerce une influence relativement forte sur la fréquentation, celle-ci ayant tendance à baisser avec la montée des prix ; il rappelle que le billet de cinéma n'échappe pas à l'effet de substitution, concurrencé qu'il est par les autres modalités audio-visuelles, notamment lorsqu'il s'agit de films passés à la télévision (12). La demande cinématographique serait finalement assez élastique, puisque tributaire des prix des autres biens et services utilisés par les ménages. Pour l'Institut d'Aide (FFA) allemand, le problème de l'élasticité des prix doit être abordé non dans une optique simpliste de "trop élevé ou trop bas", mais plutôt sous l'angle de la différenciation. Il juge la politique actuelle des prix relativement sclérosée et pense que des tests permettraient d'introduire un peu de clarté sur les modes de détermination des prix. En France, nombreux sont ceux qui voient dans le blocage (13) des

---

(8) T. GUBACK : "1977, une bonne année pour l'industrie USA du film", in "Media Perspektiven" - Frankfort s/Main - 1/78.

(9) "The Decline of the Cinema" - Ed. ALLEN and UNWIN - Londres, 1962 ; et analyse détaillée par C. DEGAND in "La cinématographie Française" - Paris, 14.9.1963 et suivants (n° 2030 à 2046), sous-titre : "La Crise du Marché cinématographique en Grande-Bretagne".

(10) Sur certains marchés (en Autriche par exemple), on a vu, non les directeurs de salles pousser à la hausse des prix des places, mais au contraire les distributeurs, en l'occurrence les firmes américaines du MPEA.

(11) "L'aide au film dans la RFA - Essai de contrôle d'une politique de subvention", par B. DREHER, 1976 (265 pages) pour le compte de l'Institut allemand de Recherches Economiques - DIW - Berlin.

(12) B. DREHER chiffrait à 1 DM en moyenne la dépense d'un téléspectateur regardant un film sur le petit écran, alors qu'il aurait payé 3,85 DM dans une salle.

(13) Les prix français sont plutôt "réglementés" que bloqués. En outre, ainsi que le rappelle L. FRANK, ancien directeur des prix, les pays les plus libéraux en matière de prix tels que la R.F.A. exercent une surveillance des prix et des coalitions bien plus importante que la Commission française des ententes et positions dominantes.

prix de place un facteur de non-adaptation au caractère inéluctablement spéculatif de la production (14). En Norvège, les exploitants voient dans le bas prix de place qu'ils pratiquent (alors qu'en Suède les prix ont plus que triplé en 12 ans) une des raisons du bbn niveau de fréquentation.

13. On peut donc se demander si le facteur élasticité de la demande a suffisamment retenu l'attention, si le poids de relativité qui s'attache à l'attrait du cinéma en salle, et donc à son prix, a bien été perçu, et si le cinéma a fait son choix entre une économie - celle qui lui était traditionnelle - de spectacle populaire (15) et à bas prix, et une économie, non plus de masse, mais de public restreint et sélectif, à prix relativement élevé (16). Car si c'est la seconde hypothèse qui prévaut, on débouche sur un chiffre d'affaires moins assuré et il faudra bien alors adapter la situation d'amont (c'est-à-dire la production, dans son style, son volume et son coût) à la situation d'aval. Ce qui semble à peu près sûr désormais, c'est que : il n'y a plus UN public systématique, mais DES publics, d'ailleurs changeants. Le message audio-visuel provoque certes un choc mais celui-ci s'émousse, car il y a effet d'accoutumance renforcé d'un effet de substitution. En somme, si un media tend à chasser l'autre, on s'aperçoit aussi qu'un message tend à effacer l'autre (17). Pas étonnant dès lors que pour le public la valeur du produit-film soit une valeur toujours subjective et donc relative, et que, par voie de conséquence, son prix le soit également, qu'à cette audience ondoyante il faille répondre par un regain d'imagination et ce tant dans la création que la gestion.

- Créativité renouvelée et talent quasi obligatoire,
- Management sur le qui-vive pratiquant une stratégie commerciale de mouvement

telles semblent bien être les issues de secours d'un marché cinématographique qui n'a pas encore fait le plein de tous ses "effets de concurrence".

Mais ce marché appelle  
une production de films :  
comment se présente celle-ci en Europe ?

- 
- (14) Une semblable rigidité peut d'ailleurs se retrouver dans les rapports exploitants/distributeurs : "il est injuste que quelle que soit la qualité du film ou son budget, toutes les oeuvres soient louées au même pourcentage", déclare un producteur français (c'est-à-dire à 50 % de la recette nette, maximum autorisé en France).
- (15) Ce que semble souhaiter en France le Rapport MALECOT (Président du Groupe de travail sur "le financement du cinéma" institué par le Secrétaire d'Etat à la culture).
- (16) Les enquêtes réalisées en 1970 en RFA (enquêtes "DICHTER" et "INFRA-TEST") aboutissent à des conclusions reprises en 1977 par le FFA ; le marché révèle une tendance à différenciation entre le cinéma "de papa" en régression ("Regressions-Kino") et un cinéma de style "club" permettant les contacts sociaux grâce aux services qu'il fournit ("Kontaktkino").
- (17) "Tant que vous persisterez à utiliser nos machines à communiquer sans respecter leur mode d'emploi, vous ne ferez marcher qu'une planche à images, à tour de bras des caméras : vous ne gèrerez alors qu'une immense inflation de messages". (P. SCHAEFFER : "Machines à communiquer", n° 2).

## B. LA PRODUCTION DE FILMS

1. Quelle est la capacité de production de films des pays européens ? On peut l'évaluer à quelque 700 longs métrages (1) de titres différents. Il est moins aisé d'évaluer le volume de la production de courts métrages : on sait que des pays tels que la France et l'Italie en produisent environ 300 chacun, la République Fédérale d'Allemagne nettement moins puisque avec environ 150 courts métrages elle se retrouve en compagnie de la Belgique. Encore faudrait-il préciser la traduction statistique du concept de "courts métrages". Celui-ci couvre en effet une réalité vivante très diversifiée, allant du film de spectacle au film d'information et de formation, et du film destiné aux salles au film fait pour la télévision. Mais il est clair que l'expression cinématographique d'un pays se traduit essentiellement par le canal du film de fiction de long métrage.
2. Plus difficile à chiffrer que son volume est la valeur, c'est-à-dire le coût de cette production de films de long métrage, les statistiques brillant surtout par leur absence. La France et l'Italie fournissent des données qui permettent d'estimer à 1.200 millions de FF (soit environ 600 millions pour chaque pays) le coût de ces deux productions, qui sont d'ailleurs les plus importantes d'Europe, avec quelque 200 films dans chaque pays. Prenant le risque d'estimer approximativement le coût du reste de la production d'Europe, on arrive à une hypothèse de 2.000 millions de FF pour l'ensemble.
3. Quelles sont les caractéristiques de cette production d'environ 700 films ? Notons tout d'abord qu'elle est le fait d'un très grand nombre de firmes. Ainsi, en France, on dénombre 517 "producteurs autorisés" mais dont, en 1976, 164 seulement ont été "actifs", c'est-à-dire ont participé à la production d'un ou plusieurs des 214 films de l'année (2). Sans doute la situation est-elle semblable en Italie qui a produit 220 films en 1976 (et 150 en 1977), tandis qu'en République Fédérale d'Allemagne et en Grande-Bretagne les sociétés productrices sont certainement moins nombreuses, de même que le volume de la production : 60 films environ dans chaque pays. En Espagne, par contre, où la production dépasse généralement les 100 films, on dénombre environ 240 sociétés (et 140 pour les courts métrages).
4. On ne peut alors s'empêcher d'être frappé par l'écart séparant ici des pays pourtant voisins dans leur potentiel démographique et économique : la France et l'Italie d'une part, la Grande-Bretagne et la République Fédérale d'Allemagne de l'autre, les deux premières produisant de 3 à 4 fois plus de films que les seconds. Il est vrai que de part et d'autre des Alpes les deux industries ont conjugué leurs activités depuis 1949 par le système, qui s'est répandu depuis, de la coproduction cinématographique : de 1949 à 1976,

---

(1) Films de long métrage, c'est-à-dire selon la norme employée dans la CEE : d'un métrage de 1.600 mètres au moins. Dans la terminologie anglaise "feature films", dans la terminologie allemande "Abendfüllende Spielfilme".

(2) Le nombre des producteurs autorisés pour les courts métrages était : 1.037 dont certains se retrouvant dans les 517 précédents.

les statistiques françaises dénombrent 1.839 films réalisés en coproduction (dont 310 tri- ou quadripartites), le partenaire italien étant, de loin, le plus important, l'Espagne venant ensuite, puis la République Fédérale d'Allemagne à un niveau plus modeste. Mais aussi indéniable qu'ait été le succès du système, il apparaît maintenant que la coproduction a quasi épuisé ses ressources : pour ce qui est de la France et de l'Italie en tout cas le système paraît bloqué, quoique, en 1978, de nouveaux accords aient été signés (ou prêts de l'être) : France/Suisse, France/Pays-Bas. Ainsi, en 1977 la production italienne qui a régressé de 230 à 154 films, ne comporte plus que 19 coproductions dont 11 avec la France ; et la production française de 222 films ne comporte plus que 32 coproductions dont 6 avec l'Italie. Il est vrai que par une récente décision (3.1.1978) la Cour des Comptes de Rome accuse implicitement de laxisme l'administration italienne. La Cour a en effet considéré que les termes du traité de coproduction n'avaient pas été respectés dans tous les cas où on avait admis comme film coproduit - donc national et donc destinataire d'aide - des films qui n'étaient que de cofinancement italien puisque aucune participation artistique et technique n'y apparaissait (3). Cette position de la Cour des Comptes étant connue bien avant le jugement en question, on comprend que le Ministre italien du Spectacle ait de plus en plus refoulé les dossiers qu'il avait jusque-là acceptés. On serait alors tenté de conclure que l'élimination de ces coproductions dites "fictives" tend à ramener ce bilatéralisme cinématographique à ses proportions normales.

5. Si on revient à la production de films en Europe telle qu'elle se présente dans son ensemble, on est conduit à se poser une première question : n'y a-t-il pas des pays qui produisent trop et d'autres pas assez ? Puis une seconde question : les pays européens sont-ils fondés à produire au moins trois fois plus de films que Hollywood ? On a vu en effet que la France (187 films de moyenne annuelle de 1970 à 1974) et l'Italie (238 films de moyenne annuelle de 1972 à 1976) ont un volume de production tel qu'il n'est pas étonnant que certains y aient vu la marque d'une surproduction (4), déplorant que les efforts ne soient pas concentrés sur des films plus aptes à affronter la concurrence internationale. Par contre, on comprend que les Allemands, et surtout les Anglais (dont la production 1977 est tombée à 41 films) se demandent si, avec un aussi faible nombre de films, leur production cinématographique existe vraiment encore. Tant il est vrai que, pour s'affirmer, il faut disposer d'une masse minimum, sans parler de la thèse parfois avancée selon laquelle, dans le film, la qualité ne s'obtient qu'au travers de la quantité.

6. Il faut aussi rapidement noter le caractère de certaines productions nationales, notamment en ce qu'elles ont de différent par rapport aux cas français et italien. Il y a le cas des pays dont le poids démographique, économique, etc., ne leur permet pas d'être d'importants producteurs de films, la Belgique et les Pays-Bas par exemple. Ils se sont tout d'abord fait connaître par le court métrage documentaire (avec J. IVENS et HAANSTRA pour les Pays-Bas),

---

(3) L'aide ayant été versée, il semble que plusieurs centaines de millions de francs devront être versées à l'Etat par les producteurs concernés.

(4) Les raisons pouvant en être différentes : d'un côté des Alpes besoin de film à caractère nettement local destiné au public très divers de l'Italie du Nord et de l'Italie du Sud, de celle des grandes villes et de celle des petites localités ; de l'autre côté, accroissement des films bon marché à thème plus ou moins pornographique.

puis progressivement, avec le recours aux subventions, ces pays ont réussi à prendre pied dans le long métrage, la Belgique se signalant par une sorte de double production correspondant aux deux communautés linguistiques. La Suisse a fourni une démonstration plus éclatante dans le même sens, mais ici l'incitation décisive a résidé essentiellement dans l'appui fourni par la télévision romande (5) à de jeunes réalisateurs.

7. Un tout autre cas est celui de la Suède dont le cinéma est peut-être "une île dans l'univers" (6). Il est certain que ses caractéristiques, tant économiques qu'artistiques, lui font une place à part dans le cinéma d'Europe. L'industrie suédoise du film présente, par exemple, une forte dose de concentration verticale (producteurs de films par ailleurs propriétaires de circuits de salles), et 90 % de la production, qui tourne autour de 20/25 films, sont financés en totalité ou en partie sur fonds publics. Les budgets des films se situent presque tous au même niveau, évitant les bas prix comme les coûts très élevés. La littérature occupe toujours une forte position en Suède et les films retenus sont presque toujours tirés d'un livre suédois, ce qui explique qu'ils soient remplis d'actions intérieures et psychologiques plutôt que d'actions physiques et extérieures.

8. En Grande-Bretagne, une caractéristique de la production, outre son faible volume toujours resté en dessous des 100 films (et tombé à moins de 50 en 1977), est qu'elle est financée à 75 %, voire certaines années à 90%, par les filiales américaines de Londres. Une telle situation n'étant ni sûre au plan économique, ni satisfaisante au plan artistique, et par ailleurs la situation générale du cinéma britannique s'étant fortement dégradée, le Premier Ministre Harold WILSON décidait, en juillet 1975, de confier à un groupe de travail le soin d'étudier la situation et de proposer les solutions appropriées. En décembre 1975, J. TERRY, Président du groupe de travail (7), présentait un rapport qui dressait un intéressant diagnostic des problèmes à résoudre et proposait certaines mesures dont l'étude allait être reprise en 1977 par un "Comité Intérimaire d'Action", sous la présidence de H. WILSON redevenu simple député. Celui-ci, en janvier 1978, transmettait au gouvernement sa proposition de création d'une "Autorité Britannique du Film" (B.F.A.), le Comité poursuivant ses travaux sur les autres mesures à envisager, notamment en matière de financement et de distribution.

9. La production de films, dans ses modalités et structures présente aussi, tout au moins dans certains pays, un autre caractère : celui d'une certaine volonté de transformation et de renouvellement. A Londres, ce sont les jeunes producteurs "indépendants" qui s'efforcent de lancer un "New Deal" permettant de relancer la production britannique grâce à un système comportant la réduction des coûts (notamment par la mise en participation de certains salariés), le contrôle du marketing, etc. A Paris, c'est aussi sur la

---

(5) Mais dont il faut ajouter qu'il semble maintenant en régression.

(6) Selon le titre d'un article de Jorn DONNER (administration du Fonds d'aide au cinéma suédois) publié à Stockholm - 1977.

(7) Par ailleurs Directeur de l'Institut National de Financement du Film - NFFC.

"participation" des auteurs de films que l'on fonde des espoirs grâce à l'accord qui vient d'être signé en février 1978. En République Fédérale d'Allemagne enfin, le groupe des "nouveaux producteurs de films" a voulu doter son action de réalisation et production d'une base dans la distribution en créant une firme (Filmverlag der Autoren) principalement dédiée à la diffusion de ses films (8).

10. Si la production de films est aux prises avec un certain nombre de problèmes d'ordre matériel (structures, financement), cela ne signifie pas que ce soient les seuls qu'elle ait à résoudre. On décèle en effet ici et là des tendances au découragement, un sentiment d'impuissance, qui conduisent à penser qu'il pourrait s'agir en l'occurrence d'une faiblesse de créativité, ce levain qu'il faut bien ajouter au financement faute de quoi celui-ci est condamné à la stérilité. Or, le talent se fait rare, notamment, semble-t-il, au niveau de l'histoire et du scénario. C'est en tout cas ce que relève J. DONNER en Suède auquel, en France, fait écho J. DRUCKER (9) pour qui "il faudra bien se faire à cette idée, choquante pour beaucoup, que le cinéma, sinon le talent, s'apprend", tandis qu'au 18e Festival de Télévision (Monte-Carlo - février 1978) le jury n'écarte pas "l'hypothèse d'une crise générale de la production de fiction" et adopte une motion réclamant "davantage de soin et rigueur" dans le choix des oeuvres.

11. On peut alors se demander si, dans la pratique quotidienne, les "entrepreneurs" de films des divers pays européens accordent assez d'attention - et partant, assez de "prix" au sens financier du terme - aux idées et sujets de films. Que se passe-t-il à cet égard à Hollywood dont certains films remportent d'éclatants succès, tant aux USA que dans la plupart des autres pays ? La réponse à cet égard est nette. Hollywood a toujours attribué une importance primordiale à la propriété littéraire, c'est-à-dire au choix des sujets. L'émulation est en ce domaine des plus vives, qu'il s'agisse de scénarii originaux (on parle de plus de 6.000 déposés chaque année par des personnes de toutes origines et professions) ou de droits d'utilisation de livres, et les prix pratiqués en témoignent (10). En sorte que pour les Européens deux questions semblent devoir être soulevées : a) les producteurs (ou les réalisateurs) choisissent-ils avec assez de soin, voire même de sévérité, les sujets de films qu'ils décident de produire et tourner, b) et s'ils le veulent, le peuvent-ils, car en ont-ils les moyens financiers, compte tenu de la concurrence exercée par Hollywood sur ce qu'on pourrait appeler la foire mondiale des idées et des thèmes ?

---

(8) Il est vrai que l'expérience ne semble pas avoir été concluante ; ayant frôlé la faillite, la firme a été reprise par l'éditeur du "SPIEGEL".

(9) Directeur Général de la Société Française de Production-SFP, in "Le Monde", Paris, 26 février 1978.

(10) Pour un livre de 25 à 50.000 \$, mais "Les Hommes du Président" a été acheté 450.000 \$. Pour un scénario original = 6.600 \$ minimum, mais "American Gigolo" a atteint 500.000 \$.

12. S'il est un art, le cinéma n'en fait pas moins appel à la technique ; aussi ce secteur comporte-t-il une branche dite "des Industries Techniques". Pour ce qui est des laboratoires, la production de films ne peut se dispenser d'y faire appel pour développer et tirer ses copies. La situation est différente en matière de studios : la tendance à tourner les films en extérieurs et en décors naturels va-t-elle se poursuivre ou, au contraire, faire place à un retour aux studios ? Pour l'instant en tout cas la situation des studios d'Europe paraît précaire, avec un coefficient d'occupation (11) des plateaux généralement inférieur à 50 %, sauf la Bavaria à Munich qui bénéficie depuis quelques temps du tournage des films attirés en République Fédérale d'Allemagne par le régime fiscal dit "Tax-Shelter" (12). Bien qu'il y ait eu plutôt régression du nombre des plateaux la question se pose de savoir si, en nombre et en qualité, l'équipement européen en studios correspond à peu près aux besoins, ou si au contraire la rentabilité ne conduirait pas, en théorie tout au moins, à une réduction de ceux-ci. Cette perspective pourrait revêtir une acuité particulière à l'intérieur de la CEE ; les producteurs y disposant en effet de la possibilité légale de recourir au studio de leur choix, une certaine redistribution des activités à l'intérieur des Neuf pourrait avoir lieu (progressivement car il faut tenir compte des pesanteurs commerciales) faisant éventuellement apparaître les points faibles de cet équipement industriel et technique, comme aussi les disparités de coûts de main-d'oeuvre et donc de prix de revient des prestations.

13. Il faut aussi noter que dans certains pays existent des studios ayant un statut de société d'Etat. Le premier cas qui vient à l'esprit est celui, bien connu, de CINECITTÀ à Rome. C'est un complexe de grande qualité - surtout après sa récente modernisation - mais qui, malheureusement, comme tout le secteur d'Etat du cinéma en Italie, est aux prises avec de graves difficultés financières. Un autre cas, bien différent, est celui de l'Irlande ; la rentabilité du "National Film Studio of Ireland" ne sera pas assurée aussi longtemps que ARDMORE n'attirera que 2 ou 3 films par an. Aussi le directeur estime-t-il nécessaire que le gouvernement renverse la situation en faisant adopter une loi d'aide au cinéma, ce qui n'est pas sans rappeler les efforts du Sénat de Berlin pour attirer dans cette ville le tournage de films grâce à des avantages fiscaux. Enfin, on doit aussi tenir compte du rôle que, dans ce domaine aussi, la télévision peut jouer par rapport au cinéma. Si, en République Fédérale d'Allemagne par exemple, le climat est plutôt à la coopération (par exemple : STUDIO-HAMBURG fournit à l'année des plateaux à la télévision du Nord), en France c'est plutôt la concurrence qui est à l'ordre du jour avec, notamment, la société SFP de télévision qui investit des capitaux importants dans un complexe à Bry-sur-Marne.

---

(11) Rapport du nombre de journées de tournage et d'immobilisation des plateaux au nombre total de "journées-plateaux" disponibles dans l'année. En France, le taux d'activité = 49,30 % en 1976 contre 86,30 % en 1958.

(12) En allemand = "Abschreibungsgesellschaft".

14. Ainsi la production de films des pays d'Europe, importante - et peut-être trop - en nombre, présente de pays à pays de grandes variations, tant dans son volume que dans ses modalités et structures. Est-elle bien adaptée à son marché intérieur d'une part, suffisamment orientée vers les pays tiers d'autre part ? L'importance de la matière première de cet art-industrie, c'est-à-dire les idées et les thèmes, est-elle appréciée à son juste poids et le rôle décisif de la création est-il suffisamment reconnu ? On est aussi conduit à s'interroger sur le rôle que peut encore - ou devrait - jouer le court métrage : rappelons qu'il fut l'ongtemps considéré comme l'école du long métrage. Notons que la nouvelle loi cinématographique espagnole fait obligation aux salles d'introduire 10 minutes de court métrage dans leurs programmes et qu'en Grande-Bretagne le Rapport J. TERRY propose d'aider financièrement la production et distribution du court métrage. Enfin, il n'est pas sûr que, considéré sous l'angle de la rentabilité globale de l'industrie, l'équipement de studios, voire de laboratoires, ne se révèle pas trop lourd, surtout si la tendance était à un plus libre déploiement, à l'intérieur de l'Europe, des forces productrices de films.

Reste maintenant à examiner  
la distribution et le financement  
de cette production.



### C. LA DISTRIBUTION DE FILMS

1. "Qui tient la distribution tient le cinéma", tel est l'adage que certains observateurs de l'économie du cinéma se plaisent à utiliser. De fait, on serait tenté de leur donner raison lorsqu'on découvre qu'analyser cette branche du cinéma conduit à aborder des problèmes aussi divers et nombreux que : le financement de films et la fiscalité, la publicité du cinéma, le coût des copies et de leur distribution, les techniques de diffusion des films, les relations avec la TV, la censure, etc., en fait presque tous les problèmes du cinéma dans son ensemble. Sans doute la chose s'explique-t-elle par la position médiane du distributeur entre le producteur en amont et l'exploitant en aval, et par son rôle de vanne de répartition d'un produit, le film qui, une fois fabriqué ne prend de valeur, commerciale tout au moins, que dans la mesure où il atteint ceux - c'est-à-dire les spectateurs - qui sont prêts à acheter une vision de ce film. Force est donc, en tentant de dresser un panorama européen de la distribution, de se limiter à quelques points jugés essentiels.

2. Et tout d'abord, combien y a-t-il de distributeurs et combien de films distribuent-ils ? Les chiffres, pour autant qu'ils soient disponibles, révèlent d'assez fortes différences de pays à pays : en Espagne, près de 150, en France 120, en Italie sans doute autant, en République Fédérale d'Allemagne 65, en Grande-Bretagne encore moins. Quant au nombre de films en distribution et donc exploités dans les salles, il atteint 8.799 en Italie, 4.000 en France et en Espagne, 2.000 en République Fédérale d'Allemagne ; chiffres qu'il ne faut pas confondre avec le nombre de nouveaux films sortis dans l'année : 319 seulement en République Fédérale d'Allemagne, mais près de 400 en Espagne, plus de 500 en France et en Italie, 260 en Norvège et à peu près autant en Suède. Mais dans ces films on trouve des films nationaux (lorsque le pays en question produit) et des films étrangers, lesquels comprennent les films d'origine européenne et les autres, américains essentiellement.

3. C'est qu'en effet partout en Europe le film américain occupe des positions importantes, et même dominantes. Les statistiques disponibles permettent d'en donner quelques illustrations. En Italie, la part du film italien dans les recettes était, en 1973, de 60,8 % et celle du film USA de 26,3 %, mais trois années plus tard le premier était descendu à 57 % et le second était monté à 30,4 %. En France, le film français drainait 56,12 % en 1971 et le film USA, 24,53 % des recettes, chiffres passés en 1977 à 47,3 % et 30,50 %. Estimés en francs courants, la masse de recettes qui augmentait de 87 % pour l'ensemble des films, réalisait une hausse de 114 % pour le film USA, mais de 75 % seulement pour le film français, soit la moitié moins.

4. En République Fédérale, le film allemand, qui en 1971 se taillait une part du marché de 36,1 %, n'atteignait plus que 11,4 % en 1976, la part du film USA étant passée dans le même temps de 37,7 % à 43,1 %. Quant à la masse des recettes exprimée en DM courants, elle avait progressé de 5,5 % (de 1971 à 1976) pour l'ensemble des films, et de 20,62 % pour le film USA tandis que pour le film allemand elle baissait de 66,7 %, soit une divergence des évolutions avec 80 points d'écart entre les deux. Et si les statistiques 1977 font apparaître une remontée de 8 % du marché allemand, encore faut-il savoir que cette hausse est essentiellement imputable à des films non allemands.

Quant au marché anglais, l'absence de statistiques n'est pas ici aussi gênante qu'on pourrait le croire tant est spécial le cas de ce pays : il y a non seulement communauté de langue avec les USA, mais financement majoritaire des films classés "anglais" par les filiales londoniennes d'Hollywood et distribution pratiquement monopolisée par les cinq ou six filiales (certaines associées il est vrai avec une grande firme anglaise comme EMI et RANK). En sorte que ces pourcentages de répartition de marché, qui reposent sur des critères de nationalité dont la relativité est grande (1), basés qu'ils sont sur des concepts trop juridiques pour serrer de près la réalité économique et artistique, perdent presque toute valeur dans un cas tel que celui de la Grande-Bretagne : où finit ici le film USA et où commence le film vraiment anglais ?

5. On débouche alors sur un fait d'évidence : ce serait un leurre que de prétendre examiner sérieusement le cas de la distribution de films en Europe sans poser du même coup le problème de la place qu'y occuperaient les firmes américaines. Les rouages économiques du cinéma américain, qui n'a jamais été aussi prospère qu'actuellement, ont fait l'objet d'analyses détaillées (2) auxquelles il suffit de se reporter. Il convient quand même ici de rappeler quelques faits fondamentaux. Ainsi les MAJORS ont-elles toujours estimé que pour faire face au degré élevé de risque de ce secteur, il faut grouper sous la même responsabilité la fonction de production proprement dite, celle de financement et celle de distribution. Plus récemment, une réorganisation du "management" a conduit à un choix plus étudié des sujets de films et un contrôle plus serré des budgets - qui restent néanmoins très élevés par rapport aux normes européennes - à des campagnes de lancement taillées sur mesure, à une participation bien comprise au marché de la télévision, enfin à une diversification des investissements (3). De plus, les MAJORS tirent leur profit, non seulement du marché intérieur, mais aussi des marchés mondiaux et dans les deux cas : salles et télévisions. On sait que la réussite sans précédent de certains films (tels que "Jaws" et "The Star Wars") explique une bonne partie de la remontée 1977 de ces recettes d'exportation, réussite dans les salles à laquelle il ne faut pas oublier d'ajouter les gains de change (4). De plus, le développement de la télévision dans le monde (+ 62 % en 10 ans) a, à lui seul, gonflé les ventes TV des MAJORS à raison de 120 %, soit 50 % d'augmentation, inflation déduite.

- 
- (1) L'affaire du recours des héritiers de DE SICA en fournit un exemple type (nationalité italienne refusée au film, DE SICA s'étant fait naturaliser français). Mais "Le Dernier Tango à Paris", avec son producteur et distributeur américain ainsi que son principal acteur, est-il aussi "français" et "italien" que son statut juridique de coproduction franco-italienne le présente dans les documents ?
- (2) Les exploitants de salles au contraire se plaignent des conditions de location de plus en plus dures qui leur sont imposées par les MAJORS - Voir : T. GUBACK : "1977 - Une bonne année pour le cinéma USA", in "Media-Perspektiven", 1/78, et C. DEGAND : "Cinéma USA - 1977", in "Film-Echange", n°2
- (3) Les MAJORS dont plusieurs affichent un chiffre d'affaires égal au double de celui du cinéma français tout entier, sont en mesure de payer "cash" plusieurs dizaines de millions de dollars pour racheter toute firme - hors du cinéma - présentant de bonnes garanties de rendement.
- (4) En 1976, sur 9 des 10 grands marchés mondiaux, les monnaies locales se sont dépréciées par rapport au dollar, mais en 1977 ce fut l'inverse, d'où supplément de rentrées en dollars. Cf. Déclaration J. VALENTI, Pdt MPAA (4.1.78).

6. Comment se présentent alors les relations des MAJORS avec le cinéma d'Europe ? La réponse est claire : le cinéma américain oppose le facteur de la concentration et de la multinationnalité à une économie compartimentée et atomisée. Il en résulte que si dans certains pays le film national maintient sa part à environ 50 % du marché, il ne faut pas non plus oublier deux facteurs : ces quelques 30 % (et 43 % en République Fédérale d'Allemagne) des marchés nationaux que draine le film américain sont en fait cumulés au niveau européen en sorte que, minoritaire dans chaque pays, le film américain est majoritaire sur l'ensemble. D'autre part, cette opération "multinationale" est concentrée entre une demi-douzaine de firmes, en face de plusieurs centaines de producteurs-distributeur d'Europe. Un calcul approché montre que, dans de telles conditions, le rapport des forces entre une firme d'Europe et une MAJOR doit évoluer entre 1 à 15 et 1 à 30 ; la firme USA peut par exemple "peser" 15 fois plus qu'une firme italienne et 30 fois plus qu'une firme allemande, le "poids" d'une firme française la situant entre ses deux voisines. Qui pourrait prétendre que la lutte est égale ? Ce poids détenu par les MAJORS procède en partie d'un atout qu'on a peut-être tendance à sous-estimer : la distribution de films non américains produits par d'autres firmes, européennes entre autres. Le processus présente l'avantage de diversifier le portefeuille-films des MAJORS tout en procurant les bénéfices propres à un système consistant à prendre une commission de distribution supérieure au coût vrai de l'opération. De plus, offrir aux Européens de distribuer leurs films, c'est enlever autant de possibilités de recette aux distributeurs de ces pays et donc, en contribuant à limiter et même à réduire le poids commercial de ces derniers, c'est cultiver et développer la dépendance dans laquelle les multinationales hollywoodiennes tiennent le cinéma d'Europe. Les statistiques permettent d'ailleurs de donner une illustration de ce mécanisme : dans un pays qui publie à la fois le chiffre de recette réalisé par le film américain et le chiffre d'affaires des firmes américaines, on s'aperçoit que le second est supérieur au premier à raison d'environ 60 %. Il est permis de voir là l'ordre de grandeur de la plus-value de l'opération consistant, pour les firmes USA, à distribuer des films non américains en plus des leurs. Le moins qu'on puisse en déduire est qu'il est bien dommage que les Européens ne soient pas capables de réaliser, pour leur propre compte, des opérations se révélant aussi profitables (5).

7. Le rôle de la distribution étant d'assurer la liaison entre la production et le marché, la qualité - ou l'efficacité - de cette branche se traduit par le degré plus ou moins élevé de fluidité donné à la circulation des films : il s'agit de mettre en rapport l'offre et la demande de produit, de manière à assurer à ce produit son rendement commercial optimum, dans l'intérêt des parties en cause, en même temps que de celui des spectateurs. Mais dans la pratique beaucoup de facteurs se liguent pour limiter et freiner cet acheminement (au moment opportun et dans les emplacements appropriés) du film le plus apte à répondre aux aspirations du ou des publics disponibles. Il n'est alors pas étonnant que le point de rencontre des producteurs et exploitants, c'est-à-dire la distribution, soit riche de conflits et contestations en tous genres et qu'on y trouve divers mécanismes, institutionnels ou non, visant à la conciliation de ces conflits d'intérêts. Il s'agit principalement

---

(5) C'est d'ailleurs un tel souci qui est sous-jacent à l'idée, émise en 1968 à Bruxelles (2e Conférence européenne du cinéma), reprise depuis 1974 par certains pays.

de lutter contre les diverses formes de pratiques dites restrictives : le "block-booking" par exemple, qui contraint l'exploitant à prendre, en plus du film qu'il juge le plus apte à faire recette, une série de films notoirement moins bons (6), les "priorités" (7) qui assurent à une salle - ou groupe de salles - une sorte de monopole temporaire pour l'exploitation de "bons" films, en privant du même coup les salles voisines, et donc leur public, de ce même film. Le cinéma peut également souffrir de ce qu'on appelle "abus de position dominante". C'est ainsi que les firmes américaines groupées dans le MPEA n'hésitent pas à recourir au boycott d'un marché dont les exploitants n'acceptent pas les taux accrus de location qu'on leur réclame. Ce fut récemment encore le cas de la Norvège et de la Suède dont les marchés (8) furent ainsi touchés par ceux-là mêmes qui, pourtant, y encaissent depuis longtemps de confortables recettes. En République Fédérale d'Allemagne, une question a été posée au Parlement (9) pour savoir si le cartel de distribution créé en 1975 (10) n'a pas eu pour effet de renforcer la position des firmes américaines sur le marché allemand. Le gouvernement a répondu qu'une enquête était en cours par l'office fédéral des Cartels (BKA) : si le BKA conclut à un mauvais usage du Cartel par les firmes du MPEA, ou l'accord sera déclaré non valable, ou il devra être modifié. Ajoutons que la question du parlementaire suggérait l'éventuel recours à une aide à la distribution allemande en vue de rétablir la capacité concurrentielle de celle-ci. En Grande-Bretagne, c'est en 1966 que la Commission parlementaire des monopoles avait déposé ses conclusions ; il ne semble pas que celles-ci aient vraiment été transposées dans les faits et le Rapport J. TERRY y fait référence dans son paragraphe 98.

8. Mais il existe aussi d'autres obstacles à la libre circulation des films à l'intérieur du ou des marchés : contingentement des importations, quota à l'écran, sans parler des problèmes particuliers posés par les lois de protection de mineurs et autres règlements de censure ou de "contrôle" des films. Le contingentement, encore pratiqué par la Suisse (11), a été récemment abandonné par l'Espagne qui, par contre, a conservé le quota à l'écran (120 jours par an minimum au film espagnol). Quant au problème du "contrôle" ou "censure" du film, après avoir conduit la France à mettre en place un dispositif réglementaire et fiscal couvrant le domaine du sexe et de la violence - avec une lourde taxe d'importation aboutissant indirectement à protéger les producteurs et distributeurs français "spécialisés" - il préoccupe

---

(6) En Grande-Bretagne, la réglementation interdit cette pratique depuis quelques années.

(7) En Angleterre = BARRING.

(8) Notamment la Norvège qui voit dans le boycott une des causes du recul de son marché.

(9) Questions orales n° 40 et 41 de Mme MARTINI-GLOTZ (SPD), 3 décembre 1977.

(10) Cartel autorisé le 25.7.1975 par le BKA sur demande des firmes : CIC + FOX-MGM + United Artists + Warner Columbia et malgré l'opposition formulée le 5.6.1975 par les exploitants du HDF.

(11) Mais l'accord de coproduction récemment signé avec la France fera échapper au contingentement les films ainsi réalisés.

actuellement la Grande-Bretagne où une réglementation entrée en vigueur en août 1977 devra faire place à une législation nouvelle et originale suite aux travaux en cours de la "Commission WILLIAMS". En Grèce, la censure pourrait devenir plus sévère après l'exclusion des professionnels de la Commission de censure et au Portugal les professionnels demandent l'abolition de la taxe instituée sur les films pornographiques. On comprend qu'en 1960 déjà, puis en 1961 (12) l'idée ait été émise d'organiser une coordination permettant l'échange des informations recueillies par chacun des organismes de contrôle des pays européens, et que ce même souci de réduire les obstacles de censure à l'intérieur de l'Europe ait récemment inspiré le projet de directive-CEE d'harmonisation élaboré par le CICCE (Comité des Industries Cinématographiques de la Communauté Européenne).

9. La distribution des films, c'est aussi leur diffusion au-delà du pays d'origine : c'est le domaine de l'exportation. Est-il nécessaire de souligner la faiblesse de l'Europe dans ce domaine ? Il faut tout d'abord bien voir que la crise du cinéma, combinée à la volonté de chaque pays, fut-il faible en ressources financières et cinématographiques, de se doter d'une production nationale de films, rendent de plus en plus aléatoires les efforts individuels d'exportation. Chacun, pour compenser le recul de son marché intérieur, veut en effet répandre ses films chez des voisins qui luttent pareillement contre le recul de leur marché en cherchant d'autant plus à accroître la diffusion de leurs films "nationaux" qu'ils en ont encouragé financièrement la production. A ce handicap de départ s'ajoute celui qui résulte, à qualité égale de film, de la faiblesse de structure et d'organisation du cinéma d'Europe : dispersion des efforts, atomisation des entreprises, et ceci face à un marché mondial dominé par quelques MAJORS. Le fruit de cette disparité est connu : prise en charge des meilleurs films d'Europe par les MAJORS pour leur distribution mondiale. On répondra que cette interpénétration du cinéma USA et du cinéma d'Europe présente aussi, pour ce dernier des aspects positifs. Certes, encore faut-il ne pas confondre court terme et long terme, intérêt particulier de tel et tel et intérêt général de la profession. Car s'il est clair que la coopération d'un Européen avec une des MAJORS comporte des avantages, on peut quand même faire des réserves sur l'intérêt véritable d'une transaction qui s'apparente par trop aux rapports du pot de terre avec le pot de fer. Depuis quelques temps, Hollywood résonne de déclarations mettant en cause les pratiques comptables jugées pour le moins douteuses de certaines grandes firmes (13). S'agissant d'un Européen traitant avec une Major, par exemple pour la distribution de son film, le moins qu'on puisse dire est qu'il est, au départ, en très nette position d'infériorité et qu'à l'arrivée il ne dispose d'aucun moyen de vérification des comptes qui lui sont éventuellement présentés. Il n'est alors pas interdit d'imaginer les avantages que les firmes cinématographiques d'Europe pourraient finalement retirer d'une structure de coopération technique leur permettant, face aux multinationales en question, de rétablir un certain équilibre contractuel. C'est ainsi que dans un marché cinématographiquement

---

(12) En 1960, à la Conférence des Ministres chargés de la famille des six pays-CEE, puis en 1961 (Bruxelles, 15/18 février) à la 1re Conférence européenne du cinéma.

(13) Déclaration comme celle de Sean CONNERY au "New York Times" en parallèle avec "l'affaire BEGELMAN" de la firme COLUMBIA.

aussi important que les USA, dont la transparence économique n'est pas la vertu majeure et où la percée du film d'origine européenne semble se limiter à un protectionnisme de fait, les pays européens auraient sans doute intérêt à se doter là-bas, à frais partagés, d'une sorte de "Bureau du Film européen". Ainsi assistés, et sans rien abandonner de leurs individualités respectives, les films d'origine européenne devraient être en mesure d'améliorer leur carrière commerciale et d'en suivre le rendement avec plus de sûreté.

10. Ainsi, la distribution, secteur clef de l'économie du cinéma, n'apparaît pas en Europe sous un jour très favorable. Le nombre des entreprises connaît une régression qui ne donnerait satisfaction, sous l'angle de la rentabilité, qu'à ceux qui oublieraient que ces apparentes économies d'échelle profitent non aux cinématographies européennes mais essentiellement aux multinationales d'Hollywood. Ne faut-il pas se garder d'une orientation qui, à la limite, aboutirait au schéma suivant : d'une part les films "commerciaux", en tout cas les films à grand public et à circulation internationale, diffusés par les MAJORS, d'autre part des films "à thèse" ou de sujets réputés difficiles, pour public restreint, financés essentiellement par l'aide et diffusés par de petits distributeurs nationaux eux aussi subventionnés. C'est d'ailleurs la crainte que semble avoir ressentie en France le groupe de travail sur le financement en dénonçant dans une telle dichotomie "un divorce signifiant à terme la médiocrité des deux genres" (14). La solution résiderait-elle alors dans la nationalisation de la distribution (c'est ce que préconise en Grande-Bretagne le parti travailliste (15)) ou (comme en Italie avec Italnoleggio) dans un secteur d'Etat de la distribution cohabitant avec le secteur privé ? Mais Peut-être devrait-on aussi donner toutes ses chances au concept de chaînes européennes de distribution : lancé en 1968 à Bruxelles (deuxième Conférence européenne du cinéma), repris par la FIAD (Fédération Internationale des Associations de Distributeurs de Films) et par la France en avril 1976 à Milan, ainsi que par la Commission européenne en relation avec sa proposition d'harmonisation des aides (16). La chaîne européenne devrait permettre aux firmes distributrices ainsi associées - associées soit pour un film donné, soit en permanence - d'équilibrer les risques de gains et de pertes des films exploités, donc d'assurer aux membres de la chaîne une rentabilité qu'ils n'obtiendraient pas chacun isolément et en même temps d'offrir aux producteurs d'Europe un système de distribution qui cette fois serait européen.

Mais comment les films  
reçus pour diffusion  
par la Distribution  
sont-ils financés ?

(14) Cf. Rapport MALECOT : "L'activité cinématographique est tirée vers deux extrêmes : 'un cinéma commercial' (film à gros budget évitant tout aventurisme de création et visant le grand public) et 'un autre cinéma' à vocation culturelle (dépendant essentiellement de l'aide de l'Etat et tendant à s'éloigner du grand public), divorce signifiant à terme la médiocrité des deux genres."

(15) Dans un document définissant sa politique culturelle sous le titre "les Arts et le Peuple".

(16) Document préparé par la DG IV (Concurrence) et présenté le 30 septembre 1977 par G. ETZENBACH aux experts nationaux réunis à Bruxelles.

#### D. LE FINANCEMENT CINEMATOGRAPHIQUE

1. Le financement cinématographique en Europe porte deux marques essentielles : l'aide, la fiscalité.

2. A peu près tous les pays ont en effet recours à l'aide (Voir : ANNEXE I = "Théorie des subventions et cinéma") selon les différentes modalités brièvement évoquées ci-après.

En France, la première loi d'aide date de 1948 ; géré par le CNC (Centre National de la Cinématographie) (sous contrôle du ministère de tutelle et des Finances), le Fonds de soutien est essentiellement alimenté par une taxe additionnelle aux prix de place. L'aide au court métrage est entièrement sélective. L'aide au long métrage, exclusivement automatique (en % de recette-salle comme en Italie) jusqu'en 1960, a été depuis complétée par une aide sélective, l'avance sur recette, et par la mise en place d'un Office de Création cinématographique. Il existe aussi des prêts à taux privilégiés accordés par les Instituts de crédit spécialisés sur garantie du Fonds de soutien. Enfin, le fonds de soutien bénéficie d'une contribution de la TV.

En Italie, l'Etat intervient dans le cinéma depuis 1927. L'aide, alimentée exclusivement sur budget, comporte de multiples facettes. Les films bénéficient de subventions "automatiques" (en % de la recette, comme en France) et de primes et prix sélectifs. Les lenteurs administratives limitent malheureusement l'intérêt de ces versements. Il existe un secteur d'Etat cinéma très important et une section spéciale de financement de films à la Banca Nazionale del Lavoro accordant des prêts à des taux avantageux.

La République Fédérale d'Allemagne, tard venue au système d'aide, possède un régime complexe par suite de la Constitution fédéraliste :

- a) l'Institut d'Aide (complété par accord 1974) créé en 1968 (le FFA/Berlin) gère l'aide "économique" prise sur la recette salle, aide en grande partie automatique puis plus nettement sélective depuis 1974 (aide aux projets) complétée par l'accord 1974 avec la télévision pour le cofinancement de films
- b) l'aide "culturelle", primes et prix du film allemand assurés sur le budget du ministère fédéral Intérieur
- c) soutien au jeune cinéma sur le budget des LAND.

Notons ici que les trois pays précités réservent une partie de leur fonds d'aide aux salles de cinéma pour encourager les travaux de modernisation ou même de création de salles dans les zones qui en sont dépourvues. Ce n'est justement pas le cas en Grande-Bretagne où l'intervention de l'Etat repose sur deux piliers : a) l'aide proprement dite, créée en 1957 et renouvelée par des lois de 10 ans de durée, alimentée par la recette-salle et redistribuée par voie exclusivement automatique b) l'Institut National de Financement (NFFC) recevant une dotation sur budget pour des prêts aux films. Une faible dose de sélectivité a été introduite en 1976 pour attributions de prêts préproduction (sur scénario).

En Suède, suite à la réforme du cinéma proposée par H. SCHEIN en 1963, a été fondé l'Institut Suédois du Film gérant un Fonds d'aide alimenté par un prélèvement de 10 % de la recette des salles, qui du même coup, était exemptée de la taxe sur les spectacles. La politique d'aide a ici un caractère nettement qualitatif bien que les films bénéficient également d'une aide automatique, c'est-à-dire proportionnelle à la recette.

En Belgique, l'aide "automatique" proportionnelle à la recette joue un rôle quasi négligeable pour le long métrage mais beaucoup moins pour les courts métrages (1) et les actualités. En fait, le soutien de l'Etat se manifeste surtout par les aides - en principe remboursables - accordées par voie sélective par les deux ministères de la Culture et fournies par le budget de l'Etat.

Aux Pays-Bas, une aide sélective, fournie en partie par l'Etat et en partie par la profession groupée dans le NBB (Nederlandse Bioscoopbond), est accordée aux longs métrages.

Le Danemark, remplaçant en 1977 sa loi de 1972, dispose d'un Institut Danois du Film qui accorde des prêts remboursables et des compensations de déficits aux longs métrages ainsi que des subventions aux courts métrages, aux actions de promotion et aux écoles de cinéma.

La Suisse dispose, au niveau fédéral, d'un petit budget cinéma permettant d'encourager, par voie sélective, la production de films, la préparation de scénarii, etc.

L'Autriche ne possède pas un véritable régime d'aide au film autrichien, bien que de nombreux projets aient été élaborés dans ce sens.

En Espagne enfin, on vient de modifier le statut du cinéma et en particulier son régime d'aide par le Décret royal du 11 novembre 1977. Le Décret, après avoir fixé les critères de nationalités des films bénéficiaires, prévoit des aides automatiques (proportionnelles aux recettes) avec obligation de réinvestissement à partir d'un certain palier, et des aides sélectives à la qualité, réparties par moitié à l'entreprise de production et à l'équipe technico-artistique. Enfin, cette aide, prise sur le budget peut également être versée aux distributeurs, aux salles, aux industries techniques, à l'exportation.

3. Tels sont évoqués à grands traits les régimes d'aide en vigueur. Que faut-il en penser ? On s'aperçoit tout d'abord que l'aide au cinéma, système constituant une intervention extérieure dans les mécanismes naturels du marché, charrie avec lui ses problèmes propres (2) : comment alimenter ce fonds d'aide et, surtout, à qui et comment le redistribuer ? C'est ainsi, comme on l'a vu,

---

(1) Sans d'ailleurs qu'on puisse assurer que lesdits courts métrages soient toujours diffusés véritablement dans les salles dont la recette sert de base de calcul de l'aide.

(2) J'ai tenté de décrire ("l'Aide dans le financement de films en France et dans le monde" - Paris, février 1972) les conflits, sinon les contradictions, qui guettent inéluctablement toute entreprise d'aide au cinéma : H. SCHEIN, avec l'autorité tirée de l'expérience concrète acquise dans ses fonctions de créateur et directeur de l'Institut Suédois du Film, confirme mes observations (Cf. sa conférence à Venise - 26 novembre 1977).



qu'il y a essentiellement deux techniques de redistribution, l'automatique et la sélective. L'aide automatique vise, par sa clef mathématique, à l'objectivité, et par son rapport avec la recette du film à rejoindre les lois du marché. Mais se profile rapidement le reproche de voler au secours du succès et de ne pas aider ceux qui en ont le plus besoin. Pour le moins autant discutée se révèle l'aide sélective : décidée par les uns - puisqu'il faut bien ici un comité de sélection retenant tel dossier pour rejeter tel autre - elle est critiquée et mise en question par les autres. Peut-il en être autrement ? Bien évidemment NON. Le cinéma n'a d'ailleurs pas le monopole de ces incertitudes et de ces contestations (3), ainsi en témoignent par exemple les discussions et controverses entourant, à Londres, le fonctionnement de "l'Arts Council" (A.C.). Un ancien président de l'"A.C." en a tiré la philosophie : le risque est "qu'un bénéficiaire de subvention soit assez ingrat pour ne pas se révéler être un génie" ou "qu'un autre utilise la subvention pour quelque idiote excentricité". Le Comité doit donc à la fois faire preuve d'audace - pour dépasser le conventionnel - et de courage - pour rejeter ce qui est manifestement bon pour la poubelle ("patent rubbish").

4. D'autre part, l'aide ne résout pas, ou ne résout plus, ou résout de plus en plus mal, les problèmes qu'elle visait à résoudre, les cas de la Grande-Bretagne et de la République Fédérale d'Allemagne étant particulièrement démonstratifs. Car si l'aide ne règle pas à elle seule le problème plus général du financement (crédits, fiscalité, etc.) elle ne règle pas non plus le problème des relations avec la télévision et elle protège peu, voire pas du tout, de la concurrence étrangère. Enfin, elle pose un problème pour la politique de concurrence de la CEE (4). Le droit communautaire, tel qu'il résulte des arrêts de la Cour de Justice Européenne, exige en effet qu'à la notion de film classé national (ou binational en vertu des accords de coproduction) soit substituée celle de "film d'origine communautaire" : film librement réalisé dans l'un des neuf pays - qu'il s'agisse de la société productrice, des studios, des laboratoires - avec des personnels librement choisis parmi les ressortissants des neuf pays, et circulant librement à l'intérieur de la Communauté. Cette notion conduit à reconsidérer le système des aides, puisqu'il est basé sur la "nationalité" des films ; du même coup il met fin au régime de la coproduction puisqu'il substitue au régime de bilatéralisme, régime contraignant puisque réglementé, la libre réalisation au sein du grand marché. Il s'agit surtout, à court terme, de procéder à l'harmonisation des aides, d'où les divers plans qui ont été récemment proposés (5). A la Commission Européenne (Direction Générale n° IV - Concurrence), une tendance semble se dessiner : distinguer

---

(3) En France, par exemple, l'aide sélective au film, dite "avance sur recettes", a été fortement critiquée, notamment au Parlement lors du débat sur le budget 1978, et en République Fédérale d'Allemagne, c'est la partie sélective de l'aide qui dresse un fossé entre les tendances en présence.

(4) La CEE, d'une manière générale, n'autorise les aides sectorielles que pour autant qu'elles sont limitées dans le temps et dégressives dans leur montant, et que leur transparence économique permette, tant à la Commission Européenne qu'aux Etats membres, d'en apprécier à tout instant le développement. En fait, une aide sectorielle doit avoir pour effet d'aider ledit secteur à se passer d'aide.

(5) Par D. BALACHOFF (Bruxelles, été 1977), au CICCE, par J. TERRY (Londres, décembre 1977) dans la presse, par l'ANICA (Rome, janvier 1978) au CICCE (voir "Lettre Mensuelle Européenne" publiée par le CNC).

1. l'aide à vocation "économique" et l'aide à vocation "artistique" et culturelle ; la première faisant l'objet d'un régime à base communautaire et pouvant aller de l'harmonisation à l'intégration des différents fonds, la seconde restant de compétence nationale. Il s'agirait, dans le même temps, de combiner ce régime de financement des films "d'origine communautaire" avec leur distribution par des "chaînes européennes" regroupant des firmes de "souche européenne" par la sous-opposition aux filiales "européennes" de multinationales où le pouvoir réel de décision se situe en dehors de l'Europe.

5. L'aide peut aussi provoquer une disparité entre, d'une part, les films qu'elle génère et, d'autre part, les besoins constatés (ou supposés) du marché. L'exemple allemand récent est probant : l'aide sélective ("Projektförderung"), combinée il est vrai avec le cofinancement de films par la TV, n'est pas parvenue à lancer dans le circuit commercial des produits à succès (6) ; d'où l'hostilité de la partie proprement "commerciale" de la profession. Sans doute certains admettent-ils que ces mêmes auteurs et réalisateurs de films sont parvenus à "se faire un nom" tant à la télévision allemande que dans les milieux cinématographiques étrangers, de sorte qu'on peut espérer que ces "nouveaux cinéastes", tout au moins les plus doués d'entre eux, se préparent pour les salles. Les cinéastes à succès de demain. Auquel cas, l'aide à la création se révélerait financièrement déficitaire à court terme pour être "bénéficiaire" à long terme. Il reste que dans l'immédiat il apparaît difficile de distraire une partie de la recette pour financer des films qui, précisément, ne grossissent pas cette recette, voire même contribuent à la faire baisser. À court terme, le système tendrait vers l'autodestruction. Reste donc la prise en charge de cette catégorie d'aide par le budget de l'Etat (ou des Etats) en régime fédéral) ou au nom de l'encouragement à l'art et à la culture.

6. C'est à peu près ce que préconisent les éléments traditionnels du cinéma allemand. C'est assez bien aussi la conception d'un pays dont la conjoncture est bien différente, la Suisse. "Une création cinématographique diversifiée est, pour l'Etat, une nécessité de politique culturelle, de sorte que l'aide à cette création est également une nécessité", affirme le Directeur de la section "film" du département fédéral de l'Intérieur (7). Mais ajoute-t-il, l'Etat ne peut guère qu'inciter et aider, et ceci dans un contexte professionnel et même politique que le fonctionnaire de Berne présente sous forme de catalogue en 12 points parmi lesquels on peut citer : le rejet de tout front d'hostilité entre salles, distribution et télévision, et de tout fossé entre culture et commerce, la réduction des coûts de production et leur adaptation aux possibilités financières du marché, l'amélioration du marketing et de la distribution, la défense et la promotion du cinéma suisse par son meilleur atout : des films suisses cultivant l'innovation artistique.

(6) Un des rares films bénéficiaires d'Aide aux Projets ayant réussi dans les salles est "L'honneur perdu de Katherina Blum" de V. SCHLÖNDORFF.

(7) A. BANNINGER - Exposé (Berne - décembre 1977) à l'Assemblée Générale des Exploitants de cinéma (USF).

7. Ce dernier point, ce culte de la singularité, de la différence, est à rapprocher d'une constante de la politique suédoise d'aide à la production : promotion de films affirmant leur originalité de style et de thèmes, par opposition à une production de style passe-partout, orientée vers le grand marché international. Les points précédents, par contre, sont assez semblables aux clefs de la prospérité retrouvée de l'industrie américaine. Quant à l'adaptation de la production aux possibilités du marché, c'est un impératif qui est trop rarement reconnu dans les milieux professionnels pour ne pas être souligné. Cette exigence est peut-être même d'une importance capitale en matière d'aide et d'action gouvernementale. Dans un secteur où la tendance consiste plutôt à produire "a priori", tant en qualité qu'en volume, et à attendre du marché qu'il s'adapte à cette production en l'absorbant coûte que coûte, il est utile de savoir si on veut que l'aide serve, expressément ou en fait, à encourager cette tendance, ou si au contraire, elle doit être conçue et manipulée de manière à lancer un pont entre production et exploitation, entre création et consommation. En tout cas, et bien que partisan de "l'innovation culturelle", A. BANNINGER semble prendre nettement position pour cette seconde conception, conception faite aussi de rejet de tout fossé séparant culture et commerce (8) et qui se rapproche ainsi et de la thèse française du rapport MALECOT et de la thèse de D. PICHERT (9) dans son analyse de la crise du cinéma allemand. On pourrait enfin ajouter que cette conception s'apparente à la théorie des aides appliquées par Bruxelles.

8. Mais il y a l'autre extrémité du circuit cinématographique, c'est-à-dire les salles, lesquelles peuvent, comme la production, poser un problème de financement et donc éventuellement d'aide. Notons alors que l'aide aux salles n'existe pas dans tous les pays recourant à l'aide ; il y a les pays qui ne peuvent pratiquer que l'aide sélective aux films, et il y en a d'autres qui, bien que plus puissants, tel la Grande-Bretagne, n'ont pas jugé utile d'inscrire les salles parmi les bénéficiaires d'aide. Les salles n'apporteraient-elles rien à l'art sinon à l'industrie du film ? Pour D. PICHERT, au contraire, "le théâtre cinématographique est également producteur ; il produit des représentations", car, dans le cinéma, l'enregistrement et la reproduction appartiennent à un système de transmission technique des messages dont tous les éléments sont productifs. On peut dire que le film n'étant pas un produit directement consommable par le spectateur - il faut le débiter en visions dans le cadre d'une présentation appropriée - le théâtre cinématographique opère une indispensable transformation, et que par là, il injecte au film une "valeur ajoutée". En tout cas, l'expérience de pays tel que la France, où l'aide aux salles paraît la plus développée, incite à penser qu'un tel système permet aux entreprises de réunir les capitaux indispensables à l'oeuvre de modernisation et de restructuration du parc des salles qu'appelle la crise découlant des concurrences nouvelles. Et on notera au passage qu'en améliorant le rendement des films ainsi diffusés dans de meilleures conditions, l'aide à la salle

---

(8) Ce point est également défendu par un professionnel suisse J.J. SPEIERER qui, "en attendant l'avènement d'une communauté cinématographique européenne qui est une finalité", mène une vigoureuse campagne en faveur d'une aide au film suisse (par prélèvement sur la recette, contribution forfaitaire de la TV et taxe sur des films importés) car "50 % des travailleurs du film sont au chômage mais 99 % des films projetés en Suisse sont étrangers".

(9) Cf. Chapitre 1A - § 10.

n'introduit pas de discrimination de nationalité (10). Bien entendu, parallèlement à ce qui se passe dans la production où, mal contrôlée, l'aide peut inciter à "produire pour produire", c'est-à-dire sans respect suffisant des exigences du marché, pour les salles aussi l'aide comporte des risques de suréquipement et de surinvestissement. Il est évident que dans la période difficile que l'économie du film connaît presque partout, il serait aussi regrettable de laisser se perpétuer des zones de "désert cinématographique" que d'encourager un gonflement excessif du parc des salles.

9. Il est un autre secteur où l'aide peut intervenir : l'exportation. Il est à peine utile d'insister sur la faiblesse de l'exportation de films d'Europe. On sait que grâce à leur infrastructure mondiale les MAJORS "s'assurent l'exportation des films les plus rentables, parfois au moyen de contrats "globaux" qui s'analysent comme des ventes à forfait sans commune mesure avec les recettes effectives encaissées par ces films à l'étranger" (11). Certains Etats européens ont donc cherché à compenser cette faiblesse par le recours à l'aide. En Italie, la section spéciale (S.A.C.C.) de la Banca Nazionale del Lavoro accorde des crédits gagés sur les recettes à provenir de l'exportation. En France, les banques spécialisées ont, avec l'appui financier du CNC, constitué un pool de financement des exportations ; mais ses modalités d'intervention en fixent les limites, qui sont étroites, ce qui explique la faiblesse des résultats obtenus (12).

10. En amont de la salle, la distribution ne fait que rarement l'objet de subvention (13). Récemment, la France s'est engagée dans cette voie en attribuant aux distributeurs une aide "automatique" puisque proportionnelle à la recette. En République Fédérale d'Allemagne, où déjà fonctionne une aide sélective à la diffusion ("Absatzförderung"), c'est-à-dire à la fois aux distributeurs et aux salles, en récompense d'opérations particulièrement réussies de promotion de films, il est question d'inclure dans la future aide (FFG) fédérale de 1979 et dans les aides des LAND un soutien financier à la distribution de films allemands.

11. L'autre volet du financement est la fiscalité, facteur bien entendu trop complexe pour être analysé ici en détail. Si on se borne à la fiscalité-recettes-salles, on notera trois éventualités : détaxation totale, une seule taxe, plusieurs taxes, avec le volet spécial que constitue la TVA (en Angleterre : VAT ; en Italie : IVA ; en République Fédérale d'Allemagne : MwSt) généralisée dans les neuf pays de la CEE quant à son principe mais pas encore

---

(10) Pour ces raisons, elle ne fait pas l'objet d'objections à Bruxelles qui, contrairement au cas de l'aide aux films, laisse donc chaque Etat libre de prendre les décisions qu'il juge appropriées.

(11) Paris - Rapport MALECOT, qui ajoute que les filiales américaines "assurent finalement plus de la moitié des recettes des films français à l'étranger" (p. 96).

(12) Le pool a consenti en 20 ans 60 millions de FF de crédits et a supporté 1,5 million de FF de sinistres, qui ont été prélevés sur le dépôt de garantie. En fait, il y a même sous-emploi du pool dont, en 1977, l'encours était de 3,7 millions de FF alors que le maximum théorique était de 10 millions de FF.

(13) Au moins en théorie car, en Grande-Bretagne, nombreux sont ceux qui estiment que l'aide aux films profite en fait aux distributeurs et notamment les firmes américaines de Londres.

dans ses taux. La Suède a supprimé sa "taxe sur les spectacles" ("entertainment Tax" en anglais, "Vergnügungssteuer" en allemand) en y substituant le prélèvement de recette alimentant le Fonds d'aide. La République Fédérale d'Allemagne, en décidant en 1968 de se rallier à l'aide alimentée par le système du prélèvement-recettes, a fait en même temps bénéficier cette recette de la TVA au 1/2 taux, c'est-à-dire à 5 % (devenu 5,5 %), le taux général étant 10 % (devenu 11 %). L'Italie, en introduisant le système TVA, a en même temps frappé la recette d'une "taxe sur les spectacles". Par suite de la crise économique générale, Rome a fait passer la TVA de 6 % à 12 %, puis à 14 %, ce qui, s'ajoutant à l'autre taxe, modulée selon les prix de place et tournant autour de 12 % en moyenne, donne la pression fiscale la plus élevée (14), semble-t-il, du cinéma européen. Encore faut-il s'entendre sur les bases de comparaison : inclut-on dans les tableaux de taxes les prélèvements de recettes alimentant l'aide dans certains pays (France, Grande-Bretagne, République Fédérale d'Allemagne) ou l'en exclut-on compte tenu qu'il s'agit d'une masse financière retournant intégralement - aux frais de gestion près - à la profession ? Si on l'exclut, alors on peut concevoir, ainsi que certains le pensent en Italie, qu'on classe à part la taxe italienne sur les spectacles, à titre d'équivalent du prélèvement d'aide opéré par les autres pays pour leur aide. Dans ce cas, la pression fiscale italienne serait réduite à la TVA. A noter encore comme autre élément de disparité la NON-imposition à la TVA, en France, du prélèvement d'aide, contrairement aux cas allemand et anglais.

12. Devant cette diversité de la pression fiscale, il n'est pas étonnant de constater la tendance de chaque industrie cinématographique à plaider la thèse de l'alignement sur le taux du pays favorisé. Mais on ne saurait non plus oublier que le problème du financement forme un tout. Ainsi peut-on concevoir qu'un même résultat soit atteint par la combinaison des deux facteurs aides et taxes, par exemple : fiscalité forte et aide élevée = cas français, fiscalité basse et faible masse d'aide = cas allemand. Et cet aspect global apparaît également sous forme d'un autre rapport : rapport de la masse d'aide distribuée au nombre de films bénéficiaires. Avec une masse globale d'aide relativement faible, on peut en effet, en l'attribuant à un nombre de films relativement faible, aboutir à un "montant d'aide par film aidé" nettement plus élevé qu'en distribuant beaucoup d'aide à beaucoup de films : c'est la démonstration qu'apporte le cas de l'aide allemande, attribuée annuellement à moins de 30 films, par rapport à l'aide française attribuée à quasiment tous les films produits-exploités, soit environ 200 (15).

13. On ne saurait enfin passer sous silence un autre aspect, celui du rôle joué par la fiscalité dans le financement de films : le système dit "Tax-Shelter". En fait, c'est en République Fédérale d'Allemagne, quasi exclusivement, que ce facteur intervient (sous le vocable "Abschreibungs-Gesellschaft"), et c'est surtout à la BAVARIA à Munich que les sociétés ainsi

---

(14) Ainsi le cumul des deux taxes pouvait atteindre 33 % ; mais une loi du 1.2.1978, adoptée suite à la campagne menée par la profession (ANICA + AGIS), en modifiant le régime et les taux de la "taxe sur les spectacles" (taux ramené à 2 % pour les billets en dessous de 1.000 LIT) apporte un allègement sensible.

(15) En 1975, 25 films allemands "aidés" recevaient en moyenne une aide égale à 1,66 million de FF (0,83 million de DM) et les 200 films français = 0,5 million de FF, soit environ trois fois moins (d'aide moyenne par film).

spécialisées exercent leur activité. La plus importante de ces sociétés (16) a investi de très importants capitaux obtenus auprès de souscripteurs allemands attirés par la possibilité d'échapper ainsi à l'impôt sur le revenu. Mais si un tel système fournit du travail à des techniciens allemands, il est clair qu'il aboutit surtout à la production de films de thème non allemand et dirigés et joués par des cinéastes étrangers, américains essentiellement. Ainsi, les intérêts véritables du cinéma allemand (17) ne se retrouvent pas nécessairement dans ce genre d'activité, outre que ce régime d'allègement fiscal peut finir, comme ce fut récemment le cas aux USA, par être remis en question par le législateur.

#### En résumé

14. Que le financement en général et que l'aide en particulier soient des sujets quasi permanents de discussion dans les milieux cinématographiques - profession et ministères intéressés - n'étonne pas outre mesure : le financement est la traduction comptable de la difficulté permanente à faire se rejoindre l'art et l'industrie, la création et le rendement ; c'est la traduction d'une incertitude tenant à la nature du secteur et que renforcent les réticences d'une clientèle dont les budgets - argent et temps - sont puissamment sollicités dans d'autres directions. Deux pays se distinguent actuellement par l'interrogation qui pèse sur le proche avenir de leur régime financier : la République Fédérale d'Allemagne, où s'opposent partis politiques, professionnels, ministères sur les modalités de l'aide à faire voter pour le 1.1.1979, sans parler des objections possibles de la Commission Européenne, et la Grande-Bretagne où le Comité WILSON n'a pas terminé ses travaux et où le Ministre envisage des modifications au système d'aide (système EADY) dont il sait qu'il suscite des réserves à Bruxelles. Mais peut-être faut-il admettre qu'au-delà de ces diverses péripéties "nationales" c'est - comme le souligne pour la France le rapport MALECOT - une "dimension européenne qui reste à définir", si on envisage de s'imposer durablement face au redoutable concurrent américain.

---

(16) Il s'agit de "GERIA-III" qui a investi, semble-t-il, plus de 54 millions de \$ dans des films destinés au marché international (tel "FEDORA" de B. WILDER).

(17) Plus paradoxal est le cas fourni par l'aide-FFG lorsque, ainsi que cela fut le cas du film "STEINER", l'aide est versée à un film "allemand" pour lequel on fait appel à un réalisateur (Sam PECKINPAH) et des acteurs américains.

## CHAPITRE II - CINEMA ET TELEVISION

### A. LA SITUATION DANS LES DIVERS PAYS

1. Après avoir longtemps détenu une sorte de monopole de l'image animée et sonore, le cinéma a progressivement été refoulé au rang de membre, parmi d'autres, de la famille plus vaste de "l'audio-visuel". C'est en somme un rappel au VIIe Art qui, s'il est "par ailleurs" une industrie, est aussi nourri de technique ; or, le propre des techniques est d'évoluer.

Mais cette concurrence ne s'est pas exercée sans dégâts : à l'heure actuelle on peut dire que les relations avec la télévision constituent le problème considéré comme le plus brûlant pour la profession cinématographique. Il suffirait, pour s'en convaincre, de se reporter à la campagne vigoureuse menée en France, en janvier-février 1978, par les organisations patronales du cinéma : outre son volet "fiscalité", elle était axée sur la télévision accusée de tuer - ou presque - le cinéma français.

2. Et pourtant, le cas français n'est pas forcément celui où l'effet de concurrence est le plus aigu. Les relations des deux media ont au moins le mérite d'y être définies par le cahier des charges des trois chaînes. Des dispositions annuelles fixent le nombre maximum de films de long métrage programmables dans l'année, dont 50 % au moins d'origine française, avec paiement au fonds d'aide d'une sorte d'amende si ce quota n'est pas atteint. Il est également prévu que, "par analogie" avec la taxe d'aide ajoutée aux prix des places de cinéma, la TV verse une contribution au fonds d'aide, décomposée en une part fixe et une part variant avec le nombre de films diffusés. On notera aussi qu'il est demandé à la TV française de chercher à atteindre progressivement la cote de 60 % en ce qui concerne les émissions de fiction - films de long métrage exclus - d'origine française ou à participation française majoritaire : en 1977, c'est un total de 517 films (459 en 1976) qui ont été diffusés, dont 252 français (203 en 1976). Il est vrai que, outre leur nombre, la profession dénonce les jours et heures de passage de ces films, et surtout le prix insuffisant auquel ils ont été achetés. Pour l'essentiel, le dossier établi par les professionnels était basé sur les chiffres suivants : les films sont vus par 4.000 millions de spectateurs-TV (96 % du total) et 175 millions de spectateurs-cinéma (4 % du total) ; mais la TV ne verse que 80 millions de FF aux producteurs-distributeurs auxquels les cinémas apportent par contre 620 millions de FF, la TV versant ainsi au producteur d'un film de 1 h 30 la même somme qu'elle demande à un annonceur pour passer 1 minute de publicité. Et pour la fiscalité, le dossier rappelait que la recette cinéma est frappée par une TVA à 17,60 % alors que les autres spectacles le sont à 7 %, y compris le "porno vivant", et alors que les cinémas et les films classés "porno" subissent la TVA à 33,33 % et une taxe d'aide passant de 13 % (taux normal des autres salles) à 21 %.

3. "Un pays envahi par les ondes", tel pourrait se résumer le cas de deux pays, l'Italie et la Belgique. Mais les causes en sont un peu différentes. La Belgique est marquée de deux façons : c'est le pays le plus câblé d'Europe et c'est un pays de faible surface entouré de voisins dotés chacun (à l'exception du Luxembourg qui n'a qu'un programme) de plusieurs chaînes de télévision,

un foyer belge pouvant capter jusqu'à 12 chaînes. Pas étonnant dès lors que l'effet conjugué "câble + TV périphériques" soit de proposer chaque soir aux foyers belges un choix varié de programmes où les films occupent une place de choix. Pas étonnant non plus que, dans ces conditions, la sortie au cinéma soit, plus qu'ailleurs un "achat prémédité" (1) et que, par conséquent, la fréquentation des salles en soit fortement affectée. Mais on notera aussi que ces programmations télévisuelles de films de cinéma adoptent souvent des voies anarchiques et que ce non-respect des lois - droits d'auteur notamment - a conduit la profession cinématographique belge à réagir par voie juridique, gagnant ainsi en première instance le procès qu'elle avait engagé contre la société de TV-câble "CODITEL" (2). Il s'agit donc d'une affaire "à suivre", ses suites pouvant être déterminantes pour toute la profession européenne.

4. L'Italie a tout d'abord été touchée par les télévisions voisines (Monaco, France, Suisse, Yougoslavie) puis ce fut le déferlement des radio-diffusions "locales" ou "privées" suite à l'arrêt du 28.7.1976 de la Cour constitutionnelle les déclarant légales, le drame étant ici que la réglementation de ce droit, qui devait suivre, n'a pas encore été adoptée. Aussi, l'Italie qui s'était lancée dès 1973 dans la TV-câble (avec TELEBIELLA dans le Piémont) l'avait quasi abandonnée en 1977 tandis qu'on évalue à 1.965 le nombre des radios "locales", à 369 celui des TV locales et à 417 les relais de TV-périphériques. Et, comme par hasard, ces TV locales passent un nombre (3) si débridé de films qu'on ne s'étonnera pas de noter qu'ils sont souvent de qualité dérisoire et, au surplus, acquis dans des conditions juridiquement douteuses. Ainsi, l'accord passé antérieurement entre la profession (ANICA + AGIS) avec la RAI aux termes duquel la TV italienne ne passait qu'environ 120 films par an est-il quasi vidé de son sens par cette concurrence anarchique. On comprend alors que tous les efforts de la profession aient porté sur l'adoption rapide d'une loi visant à réglementer l'usage de la liberté d'expression reconnue par la Haute Juridiction et, par suite, à limiter les dégâts de cette prolifération de films sur les ondes. Au début de 1978, on s'orientait vers une loi des media couvrant les activités des radio-TV privées et des relais-TV (audience limitée à un rayon de 10 à 15 km et à 300.000/500.000 personnes, obligation de produire 50 % de la programmation, contrôle par un Conseil spécial) la RAI n'étant pas concernée puisque déjà soumise à réglementation.

5. En République Fédérale d'Allemagne, ce sont des problèmes d'une autre nature qui mobilisent l'attention et alimentent discussions et polémiques. La collaboration cinéma/TV y a été en quelque sorte institutionnalisée par le biais du financement et de l'aide. En novembre 1974 était en effet signé entre les deux chaînes ARD-ZDF et l'Institut d'Aide FFA un accord de financement et de coproduction de films portant sur les cinq années à venir : la TV apportait 34 millions au cinéma de 1974 au 31.12.1978, date d'expiration de la loi d'aide (FFG) actuelle. L'utilisation de cet apport, combiné avec le chapitre sélectif de l'aide, était décidée par une commission de quatre délégués du cinéma et quatre de la TV. Il se trouve que les fruits de cette coopération

(1) "A premeditated Purchase" selon l'expression de "NEWSWEEK".

(2) Cf. Complément mensuel d'Info. Europe du CNC n° 5 du 15 juillet 1975 - Jugement du 6 juin 1975.

(3) Ainsi, les 24 TV locales de la région-Rome ont diffusé en janvier et février 1978 un total de 2.410 films, comme le souligne F. BRUNO au nom de l'AGIS.



sont très sévèrement jugés par les professionnels du cinéma - tout au moins par ceux regroupés dans la SPIO (Organisme de liaison des chambres syndicales/nationales du cinéma) - et certaines personnalités politiques. La question est d'autant plus aiguë que le cinéma est maintenant entré dans une sorte de période d'incubation avec la préparation d'une nouvelle loi d'aide pour le 1.1.1979. La question est donc de savoir comment on doit envisager les rapports futurs avec la télévision, la question posée brutalement pouvant pour le cinéma se ramener à : combien lui faire payer et comment ? Déjà, lors de l'adoption de la première loi d'aide, le cinéma avait proposé de faire contribuer la TV au fonds à raison de 20.000 DM pour chaque film retransmis (4), ce que la TV avait refusé énergiquement et le Parlement finalement repoussé. Actuellement, le SPIO propose par symétrie avec le prélèvement de recettes de 0,15 ou de 0,20 DM par billet (il est actuellement de 0,15 et Bonn, dans son projet lui substitue un prélèvement proportionnel de 4 %) que la télévision verse une taxe de 0,15 DM par récepteur au Fonds d'aide, ce qui apporterait au FFA environ 30 millions de DM s'ajoutant aux 18 ou 20 millions de DM fournis par la recette cinéma. Cette thèse également soutenue par le CDU/CSU se heurte à l'hostilité des Instituts de télévision. Pour ceux-ci, l'accord de 1974 a porté des fruits dont ils ont dressé le bilan positif dans une brochure diffusée en novembre 1977 "Der deutsche Film und das Fernsehen". Ces discussions et controverses autour du cinéma allemand n'empêchent toutefois pas les formations politiques allemandes de veiller au développement des autres media : le 30.1.1978, la direction du SPD approuvait les "directives pour le développement futur des media électroniques" préparées par la sous-commission des nouveaux media et, le 31.1.1978, le président de la politique des media du CDU/CSU présentait ses propositions en matière de télévision par câble, en précisant son opposition à la conception du SPD consistant à étendre le régime de radiodiffusion de droit public aux nouveaux domaines des media électroniques.

6. En Suisse, on parle aussi de "faire payer la télévision" dans les milieux cinématographiques. Dans les propositions de soutien au cinéma suisse, formulées par J.J. SPEIERER, figure une contribution forfaitaire (en l'occurrence 20 millions de FS) de la TV. Mais cette thèse paraît peu réaliste à ceux (5) qui rappellent que la télévision SSR exclut une telle participation à cause du dangereux précédent qu'elle constituerait inmanquablement. Même objection d'ailleurs en République Fédérale d'Allemagne où l'organe du RFFU (Syndicat du Film, Radio, TV) fait observer que la loi allemande sur la radiodiffusion ne permettrait pas le genre de contribution au cinéma proposé par le SPIO et le CDU/CSU ; il ajoute que si la TV finance le cinéma sous prétexte qu'il connaît des difficultés économiques, on verrait bientôt une douzaine d'autres secteurs en crise solliciter aussi de la TV une aide financière (6).

---

(4) Mais H. UNGUREIT (de la chaîne ZDF) fait observer qu'une telle taxe ne rapporterait que 6 millions de DM alors que la TV apporte 8,8 millions de DM au FFA dans le système actuel.

(5) Cf. R. DASEN dans son éditorial du Bulletin "ACSR" de mars 1978.

(6) W. KLISS, signataire de l'article "Liberté plutôt que télévisionisme", reconnaît par ailleurs que la coopération entre un partenaire fort et un partenaire faible ne doit pas se développer au détriment du second.

En tout cas, la Suisse connaît également quelques problèmes du style "envahissement par les ondes" étant, comme la Belgique, un petit pays entouré de nombreux voisins, la différence résidant surtout dans le relief géographique. Aussi, le câble paraissant destiné à se répandre, les autorités fédérales ont adopté le 6.7.1977 une ordonnance qui, comblant un vide juridique, fixe le cadre dans lequel la radiodiffusion par câble devra s'exercer (7).

7. En Autriche également, il est fort question de câble. Deux sociétés de TV-câble viennent en effet d'être constituées ; la première ambitionne, en sept ans, de câbler 450.000 foyers de la capitale en commençant par la diffusion des programmes TV étrangers tandis que la seconde compte faire de même dans les Etats de la fédération. Enfin, il existe, sur le papier au moins, une troisième société à laquelle serait intéressée la République fédérale et de grands éditeurs, tels SPRINGER. Quant à la télévision autrichienne, elle diffuse au moins 500 films de cinéma par an. C'est tout l'inverse qui se produit en Norvège : la télévision n'y dispose que d'une seule chaîne et elle ne diffuse guère que 65 films et, parmi ceux-ci, les films norvégiens doivent avoir au moins dix ans.

Les Pays-Bas figurent aussi parmi les pays où le nombre de films diffusés, avec un peu plus de 100, reste faible ; au point d'ailleurs qu'on enregistre des plaintes de téléspectateurs qui, s'estimant frustrés, accusent les professionnels du cinéma de pratiques restrictives (8).

8. En Grande-Bretagne, le rapport ANNAN a également enregistré des plaintes (9) : certains téléspectateurs trouvent excessif le nombre de films, mais d'autres déplorent que les films soient trop vieux et que les mêmes repassent trop souvent. Pour ce qui est de l'âge des films, il est fixé à cinq ans par la profession et c'est, semble-t-il, en vain que le rapport TERRY proposait de ramener cette limite à trois ans (10). Quant au nombre de films, la Grande-Bretagne figure parmi les pays en tête avec environ 1.000, comme en République Fédérale d'Allemagne (11) H. ORR, président des exploitants-AIC,

---

(7) L'ordonnance ne s'applique que jusqu'au 30.6.1981. En août 1977, sept demandes de TV-câble étaient introduites, principalement en suisse romande.

(8) Lettre R. PURCELL au "Screen International" Londres 14/1/1978. Il semble en effet que la TV, aux Pays-Bas, ne diffuse qu'environ 115 films par an. Il est vrai que se trouvent ici réunies deux conditions : a) c'est un pays à faible production de films, b) c'est un pays où la profession cinématographique fait bloc dans le NBB, une sorte de cartel professionnel.

(9) Le rapport ANNAN note encore (§ 22-7) l'attrait de bas prix d'achat des séries USA, ainsi que (§ 22-8) le degré trop souvent élevé de violence des émissions.

(10) En fait, un film réalise désormais l'essentiel de sa carrière dans les salles dans la première année (ou 18 mois) d'exploitation. Par contre, il est des films qui ne donnent plus rien en salle au bout de quelques mois, d'autres encore qui peuvent refaire une seconde carrière ou "tenir" au-delà de 18 ou 24 mois.

(11) Il faudrait distinguer, dans les statistiques, le nombre de titres du nombre de "diffusions", le deuxième chiffre étant égal ou supérieur au premier.

n'en dénombre que 936 (1976) mais il souligne l'effet accru de concurrence obtenu par leur fréquent passage aux heures de pointe ("Peak times") ; et il précise l'avantage d'ordre financier qu'en retire la TV : 2,163 millions de £ déboursés pour 936 films, soit 2.311 £ de coût moyen, contre 45.000 à 60.000 £ pour une autoproduction-TV de même attrait.

## B. LES PROBLEMES EN LITIGE

9. Ce bref tour d'horizon du facteur "télévision" en Europe, rapporté aux indications données plus haut sur l'économie cinématographique, montre qu'il y a bien là un problème. Mais si l'effet de concurrence n'est pas nié encore faut-il raison garder (12). Les déclarations, les attaques et les répliques ne manquent certes pas, mais peut-on au moins, en triant et confrontant arguments et thèses, dégager quelques idées force puis, avec le secours des statistiques disponibles prendre la mesure des éléments en présence ?

10. Il faut tout d'abord bien voir combien les opinions sont tributaires de l'angle d'observation sous lequel on se place. Tout d'abord : juge-t-on la situation en tant que cinéaste désireux de filmer, ou en tant que citoyen installé derrière son poste TV ? Et si on appartient au cinéma, juge-t-on en tant qu'exploitant de salle en attente de spectateurs, ou en tant que producteur-distributeur en attente d'une commande de la TV ? Malheureusement, il n'est que trop évident que satisfaire l'un équivaut généralement à mécontenter l'autre. Une des thèses de la profession cinématographique, celle présentée par exemple en France lors de la récente campagne "anti-TV" - et par ailleurs également "anti-TVA" - consiste à voir dans la TV une concurrence perverse, par suite d'un effet en quelque sorte mécanique : plus le nombre de films télédiffusés augmente, plus la fréquentation baisse, et G. GREGOIRE, (Secrétaire Général de la FIAD) cite à l'appui les cas de la République Fédérale d'Allemagne et de la Grande-Bretagne. Mais J.L. GUILLAUD, président de la chaîne TF1 (Paris), nie cet effet mécanique et invoque le cas de la France et des USA où la fréquentation semble désormais stabilisée. Et puis, pour qu'il y ait tant de films à la TV, n'est-ce pas parce qu'il se trouve des producteurs-distributeurs pour les vendre ? Car, observe J.L. GUILLAUD, "les producteurs hurlent qu'on les pille, mais ils font le siège des trois chaînes".

11. Que l'influence de la TV sur la fréquentation soit automatique ou plutôt diffuse, car combinée à de nombreux autres facteurs, la question financière demeure, soit sous l'angle brutal des achats de droits, soit sous celui plus subtil du cofinancement et de la coproduction.

---

(12) Au passage, on notera un certain paradoxe : les forces cinématographiques des principaux pays européens consacrent beaucoup plus de temps et d'efforts pour dénoncer, sinon combattre, la concurrence télévision que pour endiguer une concurrence à bien des égards plus directe, celle du cinéma américain dans leurs propres salles.

La TV est accusée de ne pas payer assez cher les droits de passage des films de cinéma, et certains avancent que le montant de ces droits semble être d'autant plus bas que la TV acheteuse passe plus de films : au nom de l'UIEC (Union Internationale de l'Exploitation Cinématographique), B. VIDAL cite par exemple comme prix moyen d'achat des films en France (où la TV passe 520 films) 220.000 F contre 2.500 £ seulement en Grande-Bretagne (qui en passe 1.000). Quant au système de la coproduction cinéma-TV, le cinéma y verrait volontiers une tendance à escamoter les vrais problèmes, dans la mesure où le résultat de fait de la coproduction équivaut à acheter les films à des conditions plus avantageuses, et à les diffuser dans de meilleurs délais que la normale. Cette thèse semblerait trouver confirmation aux USA où la tendance récente des réseaux-TV est de financer les films au stade du scénario, les réseaux estimant non seulement qu'ils s'assurent ainsi un "ravitaillage" en films plus sûr, mais aussi que la dépense est moindre qu'en cas d'achat de films déjà réalisés. Mais on peut aussi estimer, sans nier le niveau faible des droits-films payés par la télévision, que c'est précisément par ce biais que la TV se donne la possibilité budgétaire de réaliser des programmes à vocation culturelle et esthétique, sous-entendu qu'elle ne pourrait pas faire sans cela (13) C'est la thèse de V. PORTER (Professeur Université PCL - Londres) qui a montré que c'était la diffusion de films de cinéma qui suscitait le meilleur taux d'écoute et au plus bas prix de revient en "heure de programme par télé-spectateur", l'inverse étant vrai avec les programmes autoproduits. Mais ce sont les programmes autoproduits qui, par contre, ont assuré la meilleure promotion culturelle dans les media audio-visuels, les moins "rentables" d'entre eux étant justement ceux qui ont le plus contribué à la bonne santé, à long terme, du film britannique (14). Il se pourrait alors qu'à cette thèse le cas allemand conduise à en raccorder une autre : la télévision ne constituerait-elle pas désormais la rampe de lancement des nouveaux cinéastes ("Nachwuchs") que le cinéma, dans ses années d'euphorie et de haute conjoncture, se chargeait de former lui-même, notamment au travers du court métrage réputé "école du cinéma et du long métrage" ? Malheureusement un tel processus réclame du temps et le danger résiderait alors dans un enrichissement artistique et financier du cinéma n'intervenant qu'à terme, tandis que dans l'intervalle le public délaisserait le film national, réservant ses rares sorties à quelques salles passant essentiellement du film américain.

12. Ainsi, l'exemple de la République Fédérale d'Allemagne, où la coopération cinéma-TV a été institutionnalisée par l'accord de 1974 entre ARD - ZDF/FFA éclaire le risque couru, celui d'un système qui mis en pratique ne satisfait aucun des deux partenaires, ou bien ne satisfait que l'un d'entre eux. Ne serait-ce pas parce que les deux media, bien que membres de la même famille de l'audio-visuel ne requièrent pas le même type de produit ?

---

(13) En France, le coût moyen d'achat d'un long métrage de cinéma est de 0,22 million de FF, mais celui d'une "Dramatique" de 90 minutes est de 1,8 million de FF, celui d'une émission de grande variété étant de 0,685 millions de FF (Rapport J. CLUZEL - Sénat - Loi de Finances 1978.

(14) Par des émissions-TV telles que "Omnibus" et "Monitor" et films "Midnight Cow-Boy" et "Woman in Love" qui ont "lancé" des J. SCHLESINGER et K. RUSSEL venant ensuite au cinéma pour lui apporter des films à succès.

Parce qu'on ne peut donner à un thème le même traitement selon qu'on le destine à l'une ou l'autre modalité de diffusion ? Autrement dit, le risque qui guetterait ce genre de coproduction serait le produit hybride (15). Telle est en tout cas la conclusion de la Commission-cinéma du parti CDU/CSU (16). Faut-il alors aller jusqu'à systématiquement distinguer les genres en produisant soit un film de cinéma, qui passera ultérieurement à la TV, soit un télé-film ?

13. D'autre part, ne s'ajoute-t-il pas à la différence des genres, une différence de nature dans l'économie des deux media ? L'économie du cinéma est une économie de marché, tempérée il est vrai par l'intervention extérieure que constituent les systèmes d'aide, et l'économie de la télévision est, au contraire, une économie dirigée (17) - quelque peu tempérée par les lois du marché dans le cas des télévisions commerciales - puisque, face à une audience quasi captive, l'Institut de télévision est seul à décider de ce qui sera produit, quand, par qui et à quel prix. Les relations des deux media se ressentent fatalement de cette différence. Ainsi le bas prix d'achat des films par la TV n'est pas dû seulement à la situation de monopole de celle-ci, mais aussi au fait qu'elle achète au cinéma un produit déjà "consommé", les films ayant généralement déjà été utilisés, soit par les salles de la plupart des pays, soit par la télévision des USA. Mais il est vrai aussi qu'un producteur de films n'a aucune chance d'amortir un film par les seules ventes de celui-ci aux télévisions européennes, celles-ci n'apportant au total qu'entre 1/10e de ce que peuvent payer les chaînes américaines. Et s'il veut s'adresser à ces dernières, le producteur européen devra respecter les impératifs commerciaux, c'est-à-dire les goûts du grand public américain. Par contre, le producteur-TV américain pourra offrir ses produits à Paris, Londres, Francfort, à des prix inférieurs à ceux de ses concurrents européens. Les chiffres français sont éloquentes : un feuilleton de 55 minutes coûte en moyenne 1 million de FF s'il est français, 0,052 million de FF s'il est étranger (18).

14. En fait, le marché international de la télévision est bel et bien soumis à la loi américaine. Les TV européennes dont les recettes fiscales s'approchent, ou l'ont déjà atteint, du plafonnement (le produit des redevances n'augmente plus) et le pouvoir politique hésitant à augmenter le taux de la redevance (19), devront-elles se tourner de plus en plus vers les recettes publicitaires et vers la vente de programmes sur le marché mondial ? Dans ce cas, il faudrait s'attendre à un recul de la fonction de promotion culturelle citée plus haut et à un développement des programmes de pur spectacle avec, en plus, alignement sur les normes américaines.

---

(15) Il semble que ce soit surtout en produisant un type de film "orienté TV" qu'on risque de se couper de l'autre media, alors les films-cinéma sont, en général et toutes choses égales par ailleurs, "valables" en télévision.

(16) Et en particulier du député J. WOHLRABE, par ailleurs membre du Conseil d'Administration du FFA (Déclaration du 14.1.1978 - Munich).

(17) Selon le terme "COMMAND ECONOMY" employé par V. PORTER, à l'excellente analyse duquel il convient de se reporter (Conférence PCL, Londres, février 1974, "Film and Europe").

(18) Rapport J. CLUZEL - Sénat - Loi de Finance 1978.

(19) La République Fédérale d'Allemagne vient de décider une légère augmentation.

15. Mais, dans l'état actuel des choses, comment se présentent les relations cinéma-TV sous l'angle financier ? Les statistiques disponibles, bien que peu nombreuses, permettent de fournir les précisions suivantes :

En Grande-Bretagne, année 1975 (d'après V. PORTER) :

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| - achats-TV de films - anglais .....        | 1,400 millions de £             |
| étrangers .....                             | 0,259 millions de £             |
| total                                       | <u>1,669 millions de £</u>      |
| - recettes-cinéma-films anglais .....       | 13 millions de £ (aide incluse) |
| - Total recettes-cinéma-films anglais ..... | 14,4 millions de £.             |

Ainsi, la TV fournit au film anglais 1/10e de ses recettes.

En France, année 1976 (d'après la profession cinématographique) :

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| - achats-TV de films toutes nationalités ....              | 80 millions de FF         |
| - recettes-cinéma films toutes nationalités .              | <u>620 millions de FF</u> |
| - total recettes-cinéma films de toutes nationalités ..... | 700 millions de FF.       |

Ici, la TV fournit au cinéma (et pas seulement au film français) 1/9e environ de ses recettes.

En République Fédérale d'Allemagne, année 1976 (d'après E. BERG pour la télévision) :

- |  |  |
|--|--|
| - achats-TV de films de cinéma .....   | 121,4 millions de DM (toutes nationalités)       |
| - commande-TV de films .....           | 289,1 millions de DM (toutes nationalités)       |
| - travaux-TV commandés au cinéma ..... | <u>34,1 millions de DM (toutes nationalités)</u> |
| - total .....                          | 444,6 millions de DM                             |
| - recettes-cinéma/distributeurs .....  | 207,8 millions de DM.                            |

Il apparaît donc qu'en République Fédérale d'Allemagne, la TV apporte au cinéma un chiffre d'affaires plus élevé que les salles. Il est vrai que la statistique allemande ne se limite pas, comme les autres pays, à la rubrique "achats de films". De plus, elle permet de préciser que 77 % des achats de films concernent des films non allemands et, par contre, que les commandes de films et de travaux ne s'adressent que pour 4,4 % du chiffre d'affaires à des firmes étrangères. De même l'Office statistique fédéral recensait pour 1974 une production par 64 firmes, de 85 films-cinéma, donnant un chiffre d'affaires de 37 millions de DM, plus une production, par 49 firmes, de 901 films (longs métrages également) de télévision avec un chiffre d'affaires de 185 millions de DM (20). On ne s'étonnera pas de la conclusion tirée de ces chiffres par la télévision allemande : "la télévision, par le volume de ses commandes, a puissamment contribué à sauvegarder tant les capacités de production que le niveau d'emploi de l'industrie cinématographique".

(20) Notons aussi au passage que la concentration (nombre de firmes par rapport au nombre de films produits) paraît beaucoup plus grande - dix fois peut-être - chez les producteurs de téléfilms que chez ceux de films de cinéma.

16. Dès lors, il semble peu discutable que, vue sous l'angle du chiffre d'affaires des deux parties prenantes, c'est-à-dire la télévision d'une part, les producteurs de programmes de l'autre, la coopération cinéma-TV en République Fédérale d'Allemagne est satisfaisante. Et c'est alors sans doute l'angle sous lequel s'est placé A. GRÜTER, président du syndicat des producteurs allemands, dont le syndicat (RFFU) souligne qu'il a fait à la Commission "des Huit" du cinéma/TV au FFA un rapport estimant satisfaisant les résultats de l'accord 1974 avec la TV et les perspectives qu'il ouvre pour l'avenir (21). Si le cas allemand, dans les chiffres, apparaît assez clair et que malgré cela les avis diffèrent et les polémiques vont bon train, cela s'explique sans doute par les classiques divergences (22) d'intérêt à l'intérieur de la profession. Comme il a été dit au début, la difficulté ici résulte souvent de ce que la mesure qui avantage l'un désavantage l'autre : le chiffre d'affaires des producteurs et des studios-laboratoires peut s'arrondir des commandes de la télévision si, dans le même temps, le chiffre d'affaires des salles ne cesse de baisser ; tandis que prolifèrent les films au petit écran, il y a au moins une branche de la profession en colère, les salles. Réapparaît alors ici un autre facteur déjà cité et qui n'est pas d'ordre financier : la création, le talent. Car qui peut expliquer aux exploitants en colère pourquoi, malgré l'aide - certains d'entre eux allant jusqu'à dire "à cause" de l'aide - le film allemand n'attire même plus un spectateur sur dix de ceux, déjà rares, acceptant de fréquenter un cinéma ? Mais on l'a vu, le problème de la création ne réserve pas ses interrogations au grand écran seulement. A la télévision aussi il se pose. Et en France, au Sénat, J. CLUZEL (rapporteur pour la radio-TV dans le cadre de la loi des Finances) ayant noté que, sur les 1.439 heures de fiction diffusées sur les trois chaînes, 47 % seulement étaient des programmes français (et donc 53 % étrangers), suggère d'aménager les droits d'auteur dans un sens privilégiant les oeuvres de création par rapport aux oeuvres répétitives.

17. Enfin, le cinéma ne saurait limiter son regard au seul champ de la télévision actuelle. Car les difficultés présentes ne doivent pas faire oublier que se profile à l'horizon, celui des années 90 sans doute, une "télévision de l'abondance". Dans cette activité multiforme et généralisée de programmation (programme via la TV actuelle + câble + satellites, programmes locaux, programmes payés "à la carte", programmes domestiques par vidéothèque familiale), c'est-à-dire dans cette cohabitation du mass media, du group-media et des self-media, certains, comme J.C. BATZ (23) voient poindre la seconde étape

---

(21) Et W. KLISS de souligner dans (in "HFF", février 1978) cet article que A. GRÜTER contredit ainsi un autre membre de la Commission, le Dr J. WOHLRABE, pour qui l'accord n'avantage que la télévision.

(22) "Il est évident qu'une industrie qui a été divisée depuis l'époque où on tournait la caméra à la main ne va pas abandonner toutes ses querelles parce que nous sommes chargés d'établir un rapport", déclarait H. WILSON dans une interview de janvier 1978.

(23) Etude rédigée (en collaboration avec C. DEGAND) en 1974 pour les Communautés Européennes ; le pronostic J.C. BATZ semble être rejoint par le rapport FISHMAN, qui vient de faire grand bruit aux USA.

de la crise cinématographique. Le cinéma ne serait-il pas appelé à perdre deux de ses principaux privilèges actuels : le nombre et la diversité (24) des programmes qu'il offre chaque jour dans chaque ville, et sa relative liberté d'expression, le vidéogramme devant vraisemblablement disposer d'une plus grande indépendance que la salle vis-à-vis de la censure ? Et puis, de quelle crise s'agit-il au juste ? La crise actuelle et, encore plus, celle qui menace, c'est avant tout celle du mode de diffusion traditionnel des films (25), c'est-à-dire du réseau de distribution et de salles. Car la branche production pourrait alors continuer à produire des programmes "tous supports" et on assisterait à un regroupement des forces techniques, artistiques et commerciales d'une industrie de l'audio-visuel qui, loin d'être en crise, serait au contraire en expansion. Toutefois, expansion n'est pas nécessairement synonyme de développement sans problème. Quels seront, qui fera ces programmes à mettre en conserve, à envoyer par les ondes, par la cassette, par le câble ? De sorte qu'on retrouve ici le problème de création déjà évoqué.

- 
- (24) Cf. G. ROSETTI (président d'honneur - Office catholique du cinéma - Paris) : "Cinéma et télévision = Guerre ou paix ?", in "LA CROIX" du 9.3.1978.
- (25) Mais on voit déjà s'esquisser, du côté des salles, une réplique à cette deuxième vague de crise : le réseau de salles câblées alliant les avantages de la salle pour tous publics avec le film traditionnel et celle de la salle ouverte aux groupes spécialisés et programmés à partir d'une centrale vidéo, selon l'expérience et la démonstration faite par J.C. EDELIN, président de la Société Française de Production (SFP) en Auvergne (printemps 1977) avec "la Vidéo-Transmission de Groupe".



CHAPITRE III - CRISE DU CINEMA

ET POLITIQUE EURO - MEDIA

A. RECAPITULATION

1. De ce tour d'horizon de l'économie des cinématographies d'Europe, on peut retenir la liste suivante des principaux "points chauds" ...
2. Un équipement-salles qui s'est fortement contracté : il y a des "déserts" cinématographiques, tandis qu'ailleurs prolifèrent, jusqu'à l'excès parfois, les "complexes" de salles, qui multiplient le produit. Faut-il modifier la politique d'investissement pour aboutir à une implantation plus homogène ? Et y prévoir aussi le recours à la vidéo-programmation pour combiner câble et salle et spectacle de groupe ?
3. Des prix de places qui s'efforcent de compenser par la hausse la baisse de fréquentation. Est-ce encore une stratégie valable alors qu'abondent et abonderont encore plus les produits de substitution ? Et, en tout cas, la politique de prix des places n'est-elle pas trop rigide ?
4. La sortie cinématographique n'est plus systématique, le cinéma accueillant désormais une clientèle "d'impulsion" : doit-il pour autant abandonner son caractère de spectacle populaire et à relatif bas prix ? Le choix entre la formule "grand public" et "public sélectif", ou encore la juxtaposition des deux, est gros de répercussions en amont : la production dans son volume, dans son coût, dans le choix des oeuvres, doit en tenir compte.
5. Mais la production tient-elle assez compte de son marché ? Ou produit-elle "a priori" en comptant sur le public pour qu'il "absorbe" sans réticences les films produits ? Et cette production, importante en volume et spécialement dans certains pays, se justifie-t-elle en face d'un concurrent américain qui occupe partout le terrain ... avec beaucoup moins de films et moins de firmes ? La coproduction semble avoir épuisé ses vertus et la création s'essouffle : par la libre circulation des idées et des hommes à l'intérieur de l'Europe et la libre association des entreprises, la production ne déboucherait-elle pas sur des perspectives nouvelles ? Et comment l'équipement technique (studios-labo) répondrait-il à une telle "ouverture" ? Ferait-elle apparaître des disparités, des insuffisances ou un suréquipement ?
6. Dans la distribution, la contraction du nombre de firmes n'empêche pas celles-ci d'être incapables d'équilibrer les quelques géants américains du MPEA (Association des Exportateurs du Cinéma Américain). L'union ferait-elle aussi ici la force ? Malheureusement, l'idée de "chaînes européennes de distribution" ne parvient pas à se concrétiser faute, sans doute, de mécanisme incitateur, financier par exemple.

7. La fluidité de circulation des films se heurte à des pratiques restrictives et abus de position dominante dont usent les forts, les filiales américaines entre autres ; sans parler du problème particulier posé par les films de sexe et de violence.
8. Pour l'exportation des films, l'éparpillement des forces et le "chacun pour soi" n'aboutissent, hormis les rares coups heureux, qu'à "la crise pour tous".
9. Ainsi la distribution, secteur clef de tout cinéma national, sera aussi celui où on pourra jauger la coopération européenne à sa juste valeur : c'est là qu'elle est la plus difficile à réaliser mais c'est aussi là qu'elle est la plus nécessaire.
10. Le financement de films à base d'aide, combiné souvent à la coproduction, répond de plus en plus mal à ses objectifs de maintien d'une production nationale vivace et satisfaisant les attentes du marché, et de parade à la concurrence étrangère, puisque les firmes américaines y émargent directement ou indirectement. Au jeu des aides se combine celui de la fiscalité-cinéma, variable d'un pays à l'autre. La distribution et l'exportation tirent en général peu d'avantages des aides, tandis que les salles y ont droit dans quelques pays seulement.
11. La coopération européenne devrait ici permettre d'introduire quelque clarté, tant sur le volume et le coût de la production jugée nécessaire et sur les voies par lesquelles la faire échapper à l'emprise de la distribution américaine, que sur l'apport susceptible d'être obtenu de la télévision.
12. Pour le cinéma, ni les achats de films par la TV, ni la coproduction/cofinancement ne donnent satisfaction : mais la télévision ne connaît-elle pas elle aussi des problèmes de financement et des problèmes de création ? Les frontières nationales qui s'effacent, les modalités nouvelles de télévision, le poids excessif de la programmation d'origine américaine imposent au film d'origine européenne et à ses promoteurs la recherche d'une solution européenne avec un media qui est tout autant client que concurrent.

## B. POLITIQUE EUROPEENNE DES MEDIA

1. La crise du cinéma peut-elle être résolue "en soi" ? Certes pas, ne serait-ce, comme on l'a vu, que par suite des relations cinéma-TV. Et cet aspect des choses conduit à son tour à d'autres interrogations. Car au-delà de tous les points évoqués, le véritable problème est peut-être d'un autre niveau et d'une autre gravité aussi. "Les moyens par lesquels les hommes s'entretiennent font-ils l'objet de préoccupations sérieuses de la part du pouvoir?" s'interrogeait en 1971 P. SCHAEFFER (dans son livre "Machines à communiquer"), tandis que pour J. D'ARCY, qui note le dédain que, par rapport aux Américains, nous attribuons à ces questions, l'important est de se rappeler que les systèmes de communications correspondent à des types de société (1) en même temps qu'ils les modèlent. Le malheur est qu'alors même que ces media façonnent notre société, la réflexion n'a pas suivi l'évolution des techniques : elles permettent un mode de communication que notre mentalité-media, accrochée à des schémas du passé, nous empêche de voir, conclut l'ancien directeur de la télévision française.

2. Ainsi semble faire défaut une politique des media, politique dans laquelle s'insérerait le cinéma condamné à vivre avec - et non contre - ses compagnons de route de l'audio-visuel. Seulement une question se pose : peut-on encore tout à fait faire crédit à des solutions qui ne seraient que nationales ? En d'autres termes, les solutions durables aux problèmes évoqués n'exigent-elles pas, au moins une concertation et, mieux, une coordination des réponses à l'échelle européenne ? L'exemple de la télévision mérite ici d'être retenu. Tout d'abord, il faut bien voir que la TV est de moins en moins contenue, freinée, par les frontières nationales (2) et, par là, de plus en plus "européenne". On découvre ensuite qu'en créant l'eurovision les télévisions d'Europe ont essentiellement cherché à se doter d'un mécanisme d'abaissement des coûts d'émissions (3). Et ce n'est qu'avec EURORADIO, le futur service d'informations européennes selon l'idée lancée par G. MANSELL (4), qu'un avant-goût sera fourni de ce que peuvent donner les media en matière de véritable communication européenne.

---

(1) Thèse que rejoint P. SCHAEFFER dans son récent livre "Les antennes de JERICHO" (Paris, 1978), où il écrit : "la télévision n'est ni bonne ni mauvaise" car, dans tous les pays, "elle est par construction le reflet de ce qui se passe ... dis-moi quelle est ta télévision et je te dirai qui tu es ...".

(2) J. FLAUD (Directeur - "FR3" - Paris) en donne une excellente démonstration avec la formule nouvelle de cofinancement des télévisions européennes du film "Perceval le Gallois" (cf. déclaration : Le Monde - 29.3.1978).

(3) Il s'agit essentiellement d'une communauté d'intérêts économiques" écrit K.KRESSLY, "Europäisches Fernsehen und Europäische Einheit ?", in "COMMUNICATIONS" 1977/2 - Cologne.

(4) G. MANSELL (Directeur à la BBC) prépare avec une équipe multilingue, et suite à l'accord réalisé entre les pays-CEE, un service d'informations européennes en plusieurs langues, de trois séquences journalières de 30 à 40 minutes, pour fin 1978.

3. Il y a un deuxième exemple à retenir : celui du cinéma américain. Ici, ce qu'il ne faut pas perdre de vue c'est que cette action de concurrence s'exerce au travers de sociétés transnationales (STN) : impossible d'y faire sérieusement face dans l'éparpillement des forces et des initiatives. L'action des STN a fait l'objet de nombreuses études et débats des instances internationales où on cherche à tempérer l'application du principe de libre échange - dont les STN sont le produit - par le respect d'un "Code de Bonne Conduite".

4. Alors le cinéma d'Europe saura-t-il, à l'instar de l'eurovision, tirer parti dans le sens d'un abaissement des coûts, d'une coopération bien comprise de ses potentiels nationaux ? Saura-t-il, à l'instar des MAJORS, se doter de quelques chaînes européennes de distributeurs avant que les firmes "nationales" aient été éliminées (5) du marché par leurs puissants concurrents ? Car il faudrait quand même qu'aux forces vives - créatrices, techniques, commerciales - des cinématographies d'Europe, s'offrent des "structures d'accueil" qui ne soient pas quasi exclusivement celles des firmes hollywoodiennes (6). Il faudrait que la liberté de circulation des travailleurs du film, y compris dans la CEE où elle est juridiquement acquise depuis quatre ans, ne reste pas lettre morte faute d'être appuyée par des mécanismes appropriés (7). Ce serait priver l'Europe des fruits de cette libre et permanente confrontation des talents et capacités qui constitue certainement une des clefs de la réussite et efficacité du monde américain du spectacle. Outre que l'examen des problèmes d'emploi des travailleurs culturels en Europe conduirait sans doute à s'interroger sur le fonctionnement des divers instituts de formation professionnelle : une amélioration des mécanismes de liaison et de coopération entre ces écoles ne pourrait qu'être profitable, tant aux travailleurs eux-mêmes qu'à l'art et l'industrie du film en Europe.

5. Si donc l'Europe du film veut reprendre, quantitativement d'abord, la maîtrise de sa programmation audio-visuelle (petit et grand écran) ne serait-ce que pour redonner du travail à des travailleurs culturels particulièrement touchés par le sous-emploi, elle doit se doter de nouvelles structures. Mais au problème de structures s'ajoute bien entendu aussi celui des investissements. Pourquoi, par exemple, les Etats européens ne s'entendraient-ils pas sur la part minimum qu'ils jugent indispensable de réserver aux produits "d'origine européenne" dans leur programmation audio-visuelle, et sur l'investissement que cette part implique ? Ce serait déboucher sur une sorte de "politique européenne d'investissement minimum garanti". Les aides au film et leur interconnexion,

---

(5) L'exemple allemand incite à réfléchir : le dernier grand distributeur allemand "CONSTANTIN" ayant fait faillite a été remplacé par la "NEUE CONSTANTIN", nouvelle société qui annonce qu'elle va surtout se consacrer au cofinancement de films avec des firmes américaines.

(6) Les cinéastes européens de renom ont actuellement tendance à tourner pour le compte de firmes américaines. Une telle tendance n'est pas mauvaise en soi, sauf si elle devient la règle et la seule voie par laquelle le talent européen a des chances de faire surface.

(7) Cf. rapport de Mme M.M. KRUST, réalisé pour la CEE/DG XII, sur la "liberté de circulation et le droit au travail des travailleurs culturels".

ainsi qu'il avait été proposé à Bruxelles en 1968, à la deuxième conférence européenne du cinéma et en combinaison avec les chaînes de distribution, pourraient être un des instruments de cette politique à laquelle les télévisions seraient conviées, comme aussi, peut-être, les techniques audio-visuelles nouvelles (8). De même encore qu'en matière d'exportation des programmes filmés d'Europe l'efficacité est synonyme de coordination des efforts, d'autant plus qu'on se retrouve face au réseau mondial des firmes américaines.

6. Mais la mise en oeuvre d'une politique de concertation des cinématographies d'Europe suppose aussi une action parallèle mais permanente d'étude, d'information et de liaison, action qui ne peut être exercée que si on dispose d'une cellule spécialisée. C'est le souci qui a animé le ministère français des Affaires culturelles et le CNC en engageant unilatéralement en 1974, une action de cette nature, puis en proposant ensuite aux autres pays de s'associer à la mise en place d'un Bureau Européen du Cinéma (BEC). Cette proposition a reçu un accueil spécialement favorable de la Belgique (9) et rien n'interdit plus aux autres pays européens qui le désireraient d'apporter un renfort à cette entreprise, actuellement encore bilatérale.

7. Enfin, comment passer sous silence qu'au-delà de l'économique, il y va aussi de l'identité culturelle (10) de l'Europe. Tous les observateurs s'accordent à déplorer un effacement de la personnalité européenne, effacement dont les media donnent un reflet directement perceptible : "nous vivons de plus en plus dans un monde à dominante américaine où, du blue-jean à la contestation des étudiants, la mode nous vient d'outre-Atlantique" écrit J.F. DENIAU (11), tandis que J. CLUZEL, dans son étude sur la violence dans les media (12), se demande "s'il ne faut pas protéger la société française devant l'invasion de la sous-culture que nous imposent, doucement mais sûrement, les produits de la télévision américaine". Et le sénateur français de s'étonner qu'on n'ait plus, en France, assez de talents pour produire d'autres films que ceux qu'on importe d'outre-Atlantique en quantité excessive. Le problème est là en effet, extrapolé au niveau

---

(8) On pense aux vidéo-disques et cassettes : leur vente pourrait peut-être fournir l'occasion de quelque prélèvement alimentant ce fonds européen de l'audio-visuel, prélèvement en quelque sorte homologue de celui auquel donne lieu la recette-cinéma pour alimenter les fonds d'aide.

(9) Grâce à MM. J.F. VAN AAL et J.M. DEHOUSSE, successivement ministres belges de la Culture française, des bureaux et du personnel vont être mis à la disposition du responsable du BEC.

(10) Dans l'Europe des Neuf, suite aux résolutions du P.E. (13 mai 1974 et 8 mars 1976) et aux "sommets" (La Haye, Paris, Copenhague) sur "l'identité culturelle de l'Europe", un "programme d'action communautaire dans le secteur culturel" préparé par le Commissaire G. BRUNNER (et la DG XII) a été adopté par la Commission le 22 novembre 1977.

(11) Ancien membre de la Commission Européenne, ministre français du Commerce extérieur dans son livre "L'Europe interdite", Paris, 1978.

(12) Sénateur français de l'Allier, dans son livre "Télé-violence", Paris, 1978.

européen. Et le fait que les bandes américaines coûtent moins cher (13) que les autres programmes ne fait que souligner l'importance du problème déjà évoqué de l'investissement à consentir si l'Europe veut sauvegarder une personnalité indépendante et l'exprimer par voie audio-visuelle. A une construction européenne actuellement enlisée, J.F. DENIAU ne voit d'issue que dans l'adjonction "d'une troisième dimension ... celle de la civilisation", c'est-à-dire "qu'il faut essayer de créer un sentiment de différence par rapport aux autres continents". Qui ne voit le rôle que peuvent et doivent jouer ici les media ? C'est d'ailleurs ce que pressentait A. PIETTRE qui, se demandant "si une nouvelle culture ne finira pas par émerger du règne des mass media, de l'image, de la technique, de l'abondance", concluait par cet avertissement aux Européens : "la vocation de l'Europe pourrait être d'en poser les prémices" (14).

8. Un tel avertissement devrait être entendu. Une Europe ambitionnant d'élaborer un nouvel art de vivre et de produire, se voulant être l'Europe des citoyens (15) et pas seulement celle des marchands et des techniciens, est en droit d'attendre de ses écrans, de ses câbles et de ses cassettes ou disques, qu'ils constituent vraiment les media de l'Europe. Encore faut-il bien voir qu'une des conditions, la principale peut-être, pour y parvenir, est de réaliser sur le plan des structures, l'Europe des media. Car à ne pas maîtriser le contenu on se prive des chances de maîtriser le contenu : est-il nécessaire de rappeler que l'emprise économique finit toujours par déborder sur le culturel ?

---

(13) Inversement en quelque sorte, J. VALENTI (président du MPEA) explique que ces ventes américaines de films aux télévisions étrangères sont "indispensables pour assurer une production continue de films pour les salles et la télévision américaine ... ce n'est pas du profit, c'est un retour indispensable de capitaux". On pourrait ajouter que c'est là, pour les Européens-clients, la preuve qu'ils détiennent à l'égard des "MAJORS" un atout qui pourrait être monnayé ...

(14) Professeur (Paris), membre de l'Institut, in "Impérialisme et Culture", "Le Monde", Paris, 3.5.1977.

(15) Selon le voeu de L. TINDEMANS (rapport sur "l'Union européenne") va être mise en place une "Fondation européenne" qui, dédiée à l'amélioration de la communication entre les peuples, les travailleurs, les associations, etc. devra coopérer étroitement avec le Conseil de l'Europe (rapport au Conseil européen - Bruxelles, 17 novembre 1977 - § 28).

CONCLUSION

- De l'aéronautique à l'informatique, du textile à l'acier, les pays d'Europe s'orientent vers des stratégies européennes. Serait-il concevable que les Européens négligent le problème de leur approvisionnement en messages audiovisuels, qu'il s'agisse de pur spectacle, d'information ou de formation ?
  
- Les industries européennes du message et de l'émotion, en leurs différents supports, champ clos d'une technologie en effervescence, enjeu d'intérêts commerciaux considérables, tributaires des goûts et des modes autant que des impondérables de la création, doivent disposer d'assises économiques stables et leur permettant de résister aux effets de domination d'où qu'ils viennent.

N'EST-CE PAS A LA RECHERCHE DE TELLES ASSISES QUE, PAR SES DEBATS A LISBONNE, LE CONSEIL DE L'EUROPE AMBITIONNE D'APPORTER UNE CONTRIBUTION NOUVELLE ?

A N N E X E ILA THEORIE DES SUBVENTIONS ET LE CAS DU CINEMA

1. Sous le titre "l'Aide au Film en R.F.A." - Essai de contrôle des résultats d'une politique de subvention - a été publié à Berlin (été 1976) un livre (265 pages) dont l'auteur B. DREHER appartient à l'Institut allemand de recherches économiques (le D.I.W. à Berlin). L'aide et les subventions, qui jouent un rôle déterminant dans le financement cinématographique des pays européens, ont donné lieu à de telles divergences d'interprétation qu'il est utile de définir ce que dans la théorie économique on doit considérer comme "subvention", "aide", etc.

2. Se référant aux spécialistes allemands et étrangers de la question, B. DREHER donne une définition des subventions s'appuyant sur les quatre critères suivants : a) les subventions sont des transferts monétaires de l'Etat ou ordonnés par l'Etat à des entreprises ou à des particuliers (à l'exclusion de transferts entre collectivités publiques tels que crédits attribués aux Instituts d'étude ou de recherche cinématographiques) ; b) les subventions versées n'impliquent pas en contrepartie une prestation économique du bénéficiaire ; c) si le bénéficiaire n'a pas à fournir une contrepartie économique ("de marché"), il lui est par contre imposé un certain comportement dans le marché ; d'où une discrimination par rapport au comportement des autres opérateurs économiques et une allocation des ressources qui diffèrent de celle du marché non soumis à intervention ; d) les subventions ne doivent pas modifier le mécanisme d'orientation du marché des biens et des facteurs, car il n'est pas introduit par là de substitution au mécanisme du prix.

3. Il en résulte que, pratiquement, les subventions peuvent se présenter ainsi : a) interventions financières directes de l'Etat b) intervention de l'Etat sous forme de renonciation de recette, en particulier les allègements fiscaux c) attribution par l'Etat de "garanties" ou de crédits à taux privilégiés d) transferts financiers ordonnés par l'Etat de personnes privées entre elles (ce qui est précisément le cas de plusieurs régimes d'aide au cinéma) e) vente par l'Etat de produits et prestations à prix "réduits" (la subvention étant alors égale à la différence entre prix-payé et prix-de-marché) f) achat par l'Etat de produits et prestations à des prix "gonflés" (la subvention étant alors égale à la différence entre le prix-payé et le prix-de-marché).

4. Dans son analyse, B. DREHER se limite aux quatre premières formes de subventions, les cas "e" et "f" étant pratiquement très difficiles à calculer dans le cas du film. De même, l'analyse élimine-t-elle les avantages que peut tirer le film de mesures d'ordre général telles que les privilèges fiscaux relevant du régime des sociétés commerciales du type "Tax-Shelter".



## A N N E X E II

## LE CINEMA EUROPEEN EN CHIFFRES

1976 (en principe)

|                     | <u>PAYS</u><br>Population<br>en millions<br>(ménages) | Nombre de<br>cinémas           | Spectateurs<br>(millions) | Recettes<br>brutes<br>(a) | Nombre de<br>films<br>produits | Nombre de<br>récepteurs<br>de TV | Nombre de<br>films dif-<br>fusés à la<br>TV |
|---------------------|---|--------------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---|
|                     |   | 1                              | 2                         | 3                         | 4                              | 5                                | 6   |
| AUTRICHE            | 7,5<br>(2,5)  | 563                            | 17,7                      | 538                       | 5                              | 2                                | 572   |
| BELGIQUE            | 9,8<br>(3,1)  | 594                            | 24,8<br>(1975)            | 1729<br>(1975)            | 4                              | 3,15                             | 351 (c)                                     |
| CHYPRE              |   |                                |                           |                           |                                |                                  |   |
| DANEMARK            | 5,1<br>(1,8)  | 350                            | 18,8<br>(1975)            | 160<br>(1975)             | 16                             | 1,75                             | 103   |
| ESPAGNE             | 35,5  | 5076                           | 256                       | 12972                     | 103                            | 6,6                              | 224 (b)                                     |
| FINLANDE            | 4,70<br>(1,5)   | 309                            | 8,8                       | 74,4                      | 9                              | 1,779                            |   |
| FRANCE              | 52,8<br>(16,7)  | 4328 (déc 75)<br>4443 (déc 76) | 176 <sup>1</sup>          | 1745                      | 214                            | 14,7                             | 517   |
| GRANDE-<br>BRETAGNE | 56<br>(18,7)  | 1590                           | 107                       | 79,9                      | 64                             | 18,17                            | 1200 (+)                                    |
| GRECE               | 9<br>(2,5)  |                                | 49                        |                           |                                | 1,8                              |   |
| IRLANDE             | 3,13<br>(0,7)   |                                |                           |                           |                                | 0,66                             |   |

(a) Recettes brutes (col. 3) en millions unité monétaire locale, sauf Italie = milliards de LI

(b) Evaluation, chiffre approximatif.

(c) Non compris = films sur télévisions "locale", "à câble", "périphérique".

(+) Il s'agit ici vraisemblablement du nombre de "passages" ou "diffusions" et non du nombre de titres différents, qui lui est inférieur.

LE CINEMA EUROPEEN EN CHIFFRES (suite)

|            | <u>PAYS</u><br>Population<br>en millions<br>(ménages) | Nombre de<br>cinémas | Spectateurs<br>(millions) | Recettes<br>brutes<br>(a)<br>3 | Nombre de<br>films<br>produits | Nombre de<br>récepteurs<br>de TV | Nombre de<br>films dif-<br>fusés à la<br>TV<br>6 |
|------------|---|----------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--|
|            |   | 1                    | 2                         |                                | 4                              | 5                                |  |
| ISLANDE    |   |                      |                           |                                |                                | 0,055                            |  |
| ITALIE     | 55,8<br>(17,2)  | 8730 (d)             | 454,5 (a)                 | 375,2                          | 230                            | 12,8                             | 120 (c)  |
| LUXEMBOURG | 0,4<br>(0,1)  | 36                   |                           |                                |                                | 0,09                             |  |
| MALTE      |   |                      |                           |                                |                                |                                  |  |
| NORVEGE    | 4<br>(1,1)  | 439                  | 16,8                      | 131,5                          |                                | 1,2                              | 65   |
| PAYS-BAS   | 13,7<br>(3,9)   | 419                  | 26,5                      | 141,8                          | 8                              | 3,6                              | 115  |
| PORTUGAL   | 8,76<br>(2,3)   |                      | 40                        |                                |                                | 0,575                            |  |
| R.F.A.     | 61,8<br>(21,9)  | 3092                 | 115,1                     | 591,9                          | 61                             | 19,8                             | 1008 (+)   |
| SUEDE      | 8,2<br>(3,0)  | 1183                 | 22,3                      | 290 (b)                        | 14                             | 3 (b)                            | 220  |
| SUISSE     | 6,40<br>(2,0)   | 501                  | 22,6                      | 133                            |                                | 1,8                              |  |
| TURQUIE    |   |                      |                           |                                |                                |                                  |  |
| USA        | 213,6<br>(66,7)                                       | 14650                | 957                       | 2036                           | 200 (b)                        | 135                              |  |

(a) Recettes brutes (col. 3) en millions unité monétaire locale, sauf Italie = milliards de LIT

(b) Evaluation, chiffre approximatif.

(c) Non compris : films sur télévisions "locale", "à câble", "périphérique".

(d) Nombre de salles = 4.703 cinémas seulement en activité commerciale régulière.

(+) Il s'agit ici vraisemblablement du nombre de "passages" ou "diffusions" et non du nombre de titres différents, qui lui est inférieur.