



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

# L'industrie cinématographique en Turquie

Développements majeurs  
de 2004 à 2013

## SYNTHESE

du rapport "The Turkish film industry"

Martin Kanzler  
Observatoire européen de l'audiovisuel

Octobre 2014



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Annuaire 2014

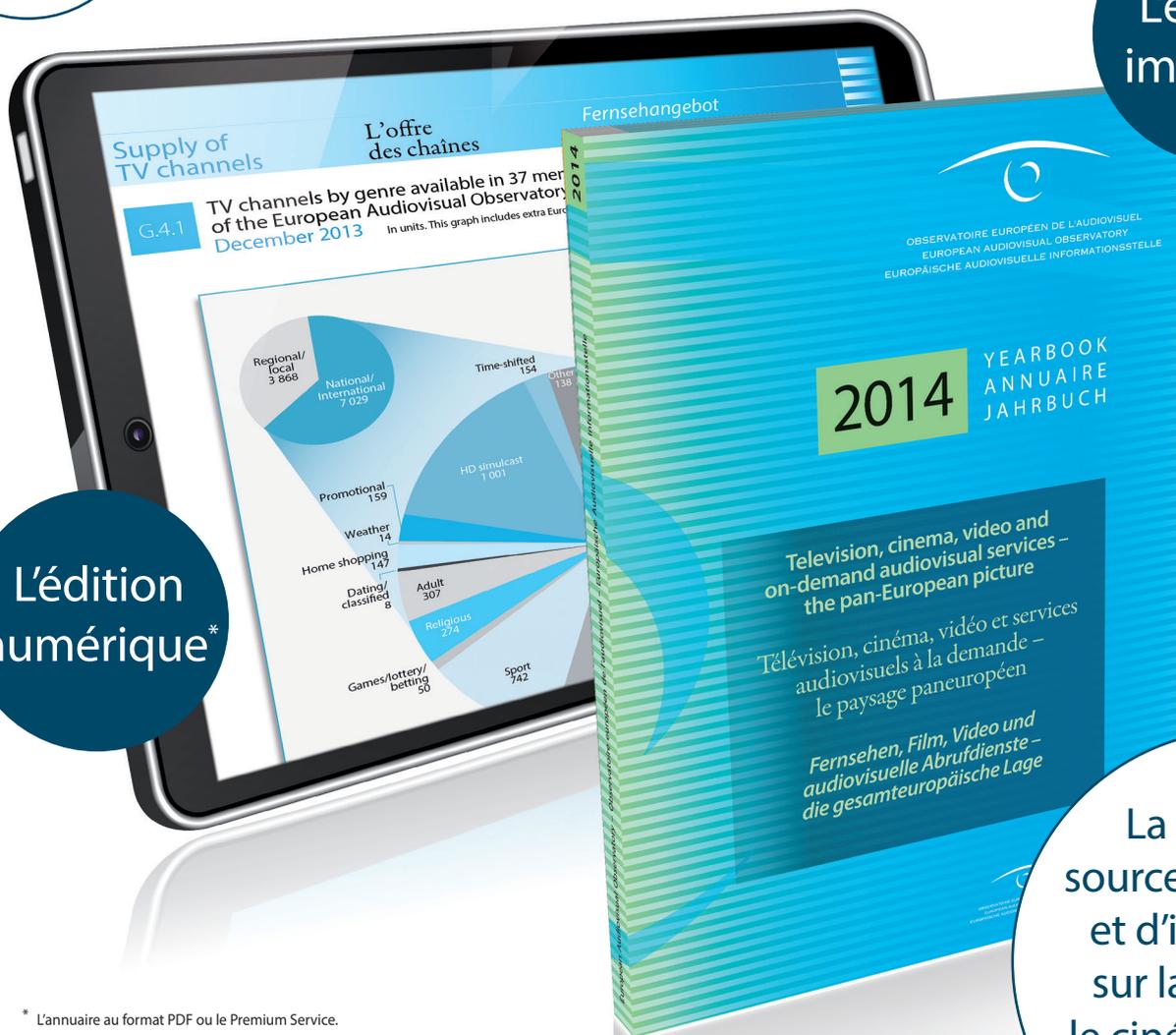
# Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysage paneuropéen

La 20<sup>ème</sup>  
édition !

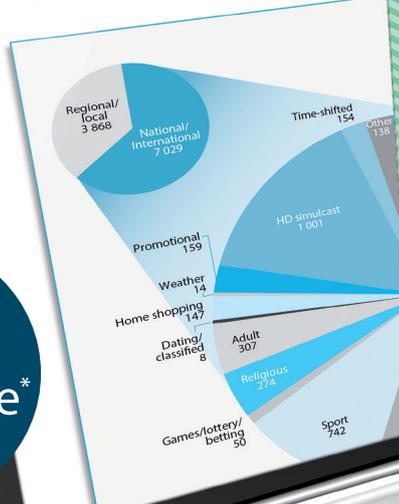
L'édition  
imprimée

L'édition  
numérique\*

La meilleure  
source de données  
et d'information  
sur la télévision,  
le cinéma, la vidéo  
et la VoD !



G.4.1 TV channels by genre available in 37 member states of the European Audiovisual Observatory  
December 2013 In units. This graph includes extra European channels.



\* L'annuaire au format PDF ou le Premium Service.

Analyse des catalogues VoD

Commerce international  
des services audiovisuels

Services audiovisuels à la demande

Télévision numérique

Tendances économiques  
du secteur de la télévision

Film et cinéma

disponible en → Premium service en ligne • Edition PDF • Edition imprimée

**Commandez votre exemplaire:**

<http://www.obs.coe.int/shop/yearbook>

E-mail : [orders-obs@coe.int](mailto:orders-obs@coe.int) - Tel. : +33 (0) 33 90 21 60 00



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

# L'industrie cinématographique en Turquie

Développements majeurs  
de 2004 à 2013

## SYNTHÈSE

du rapport "The Turkish film industry"

Martin Kanzler

Observatoire européen de l'audiovisuel

Octobre 2014

## L'industrie cinématographique en Turquie

Développements majeurs de 2004 à 2013

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe), Strasbourg, 2014

### Directeur de publication

**Susanne Nikoltchev**

Directrice exécutive, Observatoire européen de l'audiovisuel

### Auteur

**Martin Kanzler**

Analyste cinéma, Département Information sur les marchés et les financements

Observatoire européen de l'audiovisuel

[martin.kanzler@coe.int](mailto:martin.kanzler@coe.int)

### Coordination scientifique

**André Lange**

Responsable du Département Information sur les marchés et les financements

Observatoire européen de l'audiovisuel

### Marketing

**Markus Booms**, Observatoire européen de l'audiovisuel, [markus.booms@coe.int](mailto:markus.booms@coe.int)

### Presse et Relations publiques

**Alison Hindhaugh**, Observatoire européen de l'audiovisuel, [alison.hindhaugh@coe.int](mailto:alison.hindhaugh@coe.int)

### Traduction

**France Courrèges**

### Remerciements

Pour leur soutien exceptionnel, l'Observatoire européen de l'audiovisuel tient à remercier :

- Antrakt, qui a fourni la plupart des données sur le marché turc, et en particulier Deniz Yavuz.
- SE-YAP, qui a fourni des renseignements précieux et a relu le rapport, en s'assurant que l'analyse présente bien les réalités du marché telles que perçues par une importante association de producteurs, et en particulier Serkan Çakarer et Yamaç Okur.
- Le ministère turc de la Culture et du Tourisme, et en particulier Mesut Cem Erkul, Selçuk Yavuzkanat, Ali Atıhan et Muhammet Faruk Bayram.
- Eurimages, qui a fourni des données sur les aides accordées aux sociétés turques, et en particulier Thierry Hugot et Susan Newman.
- Tous les experts du marché qui ont partagé leurs avis et leurs informations avec l'Observatoire.
- Dr. Zeynep Usal pour ses connaissances sur les aspects juridiques du rapport ainsi que son soutien en matière de traduction.
- Enfin, l'Observatoire de l'audiovisuel tient à remercier l'ensemble de nos contacts au sein des organismes de toute l'Europe, notamment le réseau européen des chercheurs des agences de cinéma, qui nous fournissent régulièrement les données nécessaires pour garder à jour nos publications et la base de données LUMIERE.

## Synthèse

|   |    |
|---|----|
| 1. A propos du rapport  | 1  |
| 2. Fiche technique : chiffres clés 2004-2013  | 5  |
| 3. Principales caractéristiques de l'industrie cinématographique turque               | 6  |
| 4. Les 50 films ayant réalisé le plus grand nombre d'entrées en salles de 2004 à 2013 | 11 |
| 5. Table des matières (en anglais)  | 12 |

The full report can be downloaded under  
[www.obs.coe.int/country/turkey/film](http://www.obs.coe.int/country/turkey/film)



© Martin Kanzler

# 1 A propos du rapport

## A propos de ce rapport

Alors que le cinéma turc célèbre son 100<sup>e</sup> anniversaire, l'industrie cinématographique turque revient sur une histoire dynamique et mouvementée. Après la création d'un marché cinématographique local presque unique dans les années 1960 et 1970, elle a plongé dans une crise profonde au cours de laquelle les niveaux de production ont chuté de façon spectaculaire et le nombre de salles de cinéma a diminué de près de 80 %. Toutefois, depuis le tournant du siècle, le marché turc du cinéma en salles connaît une croissance impressionnante : la Turquie est désormais le deuxième marché européen du point de vue de la croissance et le 7<sup>e</sup> plus grand marché européen du cinéma en salles, seuls les cinq grands marchés de l'UE et la Fédération de Russie le devançant. Le marché cinématographique turc se distingue également dans le paysage paneuropéen car il s'agit du seul marché dans lequel les films nationaux surpassent régulièrement les films américains.

Cependant, très peu d'informations en langue anglaise sont disponibles sur l'industrie cinématographique turque. Ce rapport vise à combler cette lacune en fournissant un bon aperçu de l'évolution et des tendances actuelles de la production, distribution et exploitation de films en salles et de la politique cinématographique du pays, ainsi qu'en analysant l'exportation des films turcs à l'étranger. Mis à part un bref aperçu historique, le rapport se concentre sur les développements majeurs survenus entre 2004 et 2013 et place l'industrie cinématographique turque en perspective par rapport à d'autres marchés européens, présentant des comparaisons lorsqu'elles sont pertinentes et détaillant les différences structurelles, lesquelles sont importantes pour mieux comprendre la façon dont fonctionne le marché cinématographique turc. L'Observatoire souhaite ainsi fournir un outil d'information précieux pour les professionnels du cinéma international intéressés à en savoir plus sur les structures du marché et les tendances de l'industrie cinématographique turque, par exemple afin de coproduire ou de distribuer des films en Turquie ou de vendre/distribuer des films turcs à l'étranger.

Le rapport se concentre exclusivement sur l'analyse économique de l'industrie du cinéma en salles et ne s'intéresse pas aux films turcs d'un point de vue critique ou socioculturel. Bien que le rapport mentionne les liens existant entre le marché du cinéma en salles et l'industrie turque de la télévision, qui s'est développée avec beaucoup de succès au cours de la dernière décennie, à la fois dans le pays et du point de vue de l'exportation de contenu, la portée du présent rapport ne permet pas d'analyser cette dernière plus en détail.

## Qui est l'Observatoire européen de l'audiovisuel ?



[www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)

### **Observatoire européen de l'audiovisuel**

L'Observatoire européen de l'audiovisuel (ci-après l'Observatoire) est un organisme de service public européen, composé de 40 Etats membres et de l'Union européenne, représentée par la Commission européenne. Il exerce son activité dans le cadre juridique du Conseil de l'Europe et travaille en collaboration avec un certain nombre d'organismes partenaires et professionnels du secteur audiovisuel, ainsi qu'avec un réseau de correspondants.

La mission de l'Observatoire est de collecter et de diffuser des informations sur les industries audiovisuelles – à savoir principalement le cinéma, la télévision et le divertissement à domicile – en Europe. Outre sa participation à des conférences, ses principales activités consistent en la publication d'un annuaire, de rapports et de lettres d'information, la compilation et la gestion de bases de données et la fourniture d'informations par l'intermédiaire du site internet de l'Observatoire.

## **Sources de données**

Rares sont les sources à fournir de façon systématique des statistiques et des analyses de marché, en particulier en langue anglaise, sur l'industrie cinématographique turque. Les seuls sites proposant quelques données sur le marché en langue anglaise sont le site web du ministère turc de la Culture et du Tourisme / DG Sinema (voir ci-dessous) et celui de la conférence Meeting on the bridge du Festival du film d'Istanbul<sup>1</sup>.

Les sources de données utilisées dans ce rapport sont détaillées à l'annexe. Brièvement résumées, les données sur les recettes brutes des salles locales, telles que communiquées par les distributeurs, sont pratiquement les seules données à être facilement disponibles. Elles sont notamment publiées par Antrakt (voir ci-dessous) ou Box Office Türkiye<sup>2</sup>. Toutefois, il est pratiquement impossible d'obtenir de sources accessibles au public des données sur l'infrastructure cinématographique, les exportations de films ou encore les ventes de DVD ou VOD. Les données concernant la Turquie ont été principalement fournies par Antrakt, SE-YAP et le ministère turc de la Culture et du Tourisme :



[www.antraktsinema.com](http://www.antraktsinema.com)

### **Antrakt**

Antrakt est une société privée de renseignement sur le marché cinématographique, indépendante et neutre, qui fournit des données sur les recettes brutes des salles, l'infrastructure cinématographique et les évolutions sectorielles en Turquie depuis 1989. Sur son site internet (en langue turque), Antrakt publie notamment des rapports hebdomadaires, mensuels et annuels sur les recettes brutes des salles, une version électronique de sa publication commerciale *Antrakt Sinema Gazetesi*, des informations ainsi que des articles rédigés par les plus grands critiques de cinéma du pays. En outre Antrakt publie plusieurs publications, y compris un aperçu détaillé de l'industrie cinématographique turque en chiffres pour les années 1990 à 2011 (*Türkiye Sinemasinin 22 yılı*). Antrakt est le fournisseur officiel de données sur les films turcs pour l'Observatoire et Deniz Yavuz, PDG d'Antrakt, a fourni la majorité des données sur les recettes brutes des salles, la production et le cinéma en Turquie pour ce rapport.



[www.se-yap.org.tr](http://www.se-yap.org.tr)

### **SE-YAP**

SE-YAP est une association de producteurs de films basée à Istanbul. Avec d'autres associations de producteurs, SE-YAP représente les intérêts des producteurs de films et participe à des discussions sur les politiques en matière de cinéma et de droits d'auteur avec le ministère turc de la Culture et du Tourisme. Serkan Çakarer et Yamaç Okur de SE-YAP ont aimablement fourni des données détaillées sur les aides publiques à la production ainsi que des renseignements précieux sur les tendances et les réalités de la production et de la distribution de films en salles en Turquie.



[www.kultur.gov.tr](http://www.kultur.gov.tr)

[www.sinema.gov.tr](http://www.sinema.gov.tr)

### **Ministère turc de la Culture et du Tourisme / DG Sinema**

La DG Sinema est l'unité administrative responsable de la mise en œuvre de toutes les tâches liées au cinéma confiées au ministère de la Culture et du Tourisme par la loi 5224. Elle est l'organe central chargé de développer et de mettre en œuvre les politiques cinématographiques en Turquie. Ses responsabilités comprennent entre autres l'administration des régimes d'aide turcs à la production, à la post-production et à l'exploitation ainsi que la promotion du cinéma turc. Des informations plus détaillées sur les activités cinématographiques du ministère figurent au chapitre 4. Le ministère a aimablement fourni des données sur les aides publiques et la politique cinématographique de la Turquie. Le site web de la DG Sinema propose entre autres des informations sur le cadre juridique pertinent, des données sur ses activités de financement ainsi que des données générales sur le marché et des listes de liens vers toutes les parties prenantes de l'industrie.

<sup>1</sup> <http://film.iksv.org/en/meetingsonthebridge/607>

<sup>2</sup> <http://www.boxofficeturkiye.com/>

EURIMAGES, le fond du Conseil de l'Europe pour la promotion des coproductions paneuropéennes, a aimablement fourni des données sur les aides à la production, à la distribution et à l'exploitation accordées aux sociétés turques.

Des données complémentaires et des informations qualitatives ont été fournies par une dizaine d'experts de l'industrie, notamment des producteurs de films, des distributeurs, des exploitants, des chercheurs et des journalistes. Parmi nos autres sources, citons des publications telles que *Türkiye Sinemasinin 22 yılı (2012)*<sup>3</sup> ou *Türkiye'de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri (2010)*<sup>4</sup>, plusieurs documents universitaires notamment *Close Encounters? Contemporary Turkish Television and Cinema (2010)*<sup>5</sup> ou *The new cinema of Turkey (2009)*<sup>6</sup> ainsi que des articles de journaux. Toutes les sources des données sont indiquées dans les notes de bas de page ou sous les tableaux et schémas.

Le rapport comprend également des données sur la distribution en salles des films turcs hors Turquie ainsi que des données comparatives sur d'autres marchés européens. Ces données proviennent de la base de données LUMIERE de l'Observatoire sur les entrées des films et de l'EFARN :



[www.lumiere.obs.coe.int](http://www.lumiere.obs.coe.int)

#### LUMIERE

La base de données LUMIERE de l'Observatoire est une base de données gratuite qui permet de suivre les entrées en salles des films en Europe depuis 1996. Les données sur les entrées en salles proviennent d'une grande variété de sources, notamment agences nationales du film et bureaux de statistiques, organismes inter-industrie, associations de distributeurs et d'exploitants, presse spécialisée et un petit nombre d'organismes de veille privés. Elles sont complétées par des données provenant du programme MEDIA de l'Union européenne, sur la base des déclarations faites par les distributeurs dans le cadre de son système de soutien automatique à la distribution. Bien que la base de données LUMIERE vise à couvrir l'ensemble des 40 Etats membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, dans la pratique, les taux de couverture varient selon les territoires. La couverture globale de la base de données pour la période de référence est généralement estimée à environ 86 % du marché total européen.



#### European Film Agency Research Network (EFARN)

L'EFARN est un groupement informel qui réunit des chercheurs participant activement à la collecte, à l'analyse et à la publication de données sur l'industrie cinématographique européenne. Ces chercheurs représentent près de 50 organismes, principalement des agences du film mais aussi un certain nombre d'autres organisations actives dans ce domaine. Il a été créé en 2003 à l'initiative du UK Film Council, dans le cadre du groupe des Directeurs des agences nationales du film en Europe (EFAD). L'Observatoire européen de l'audiovisuel assure le secrétariat de l'EFARN et rassemble les données sur les films fournies par chaque membre de l'EFARN afin de publier des statistiques paneuropéennes.

<sup>3</sup> Édité par Deniz Yavuz (Anrakt) et publié par la DG Sinema du ministère turc de la Culture et du Tourisme en 2012

<sup>4</sup> Édité par Dr. Hülya Uğur Tanrıöver (Université Galatasary) et publié par İstanbul Ticaret Odası Yayınları en 2010

<sup>5</sup> Écrit par Melis Behlil (Université Kadir Has) et publié dans *Wide Screen*, Vol 2, N° 2, 2010

<sup>6</sup> Écrit par Savaş Arslan (Université Bahcesehir) et publié dans *New Cinemas: Journal of Contemporary Film*, Volume 7, number 1, 2009

# COME FOR MORE DISCOVERIES

Every April, Istanbul Film Festival's Meetings on the Bridge introduces new filmmakers, films and projects at Film Development and Work in Progress workshops.

See you in 15-16 April 2015



We would like to thank all institutions and corporations whose contributions have made the Meetings on the Bridge possible.



## 2 Fiche technique : chiffres clés 2004-2013

|  | 2004         | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>DONNÉES GÉNÉRALES</b>                         |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Habitants (en millions)                          | 70,7         | 71,6         | 72,5         | 69,7         | 70,6         | 71,5         | 72,6         | 73,7         | 74,7         | 75,6         |
| PIB par habitant (en EUR)                        | 4 450        | 5 403        | 5 781        | 6 773        | 7 064        | 6 158        | 7 585        | 7 530        | 8 190        | 8 092        |
| <b>DONNÉES SUR LES ENTRÉES EN SALLES</b>         |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| <b>Entrées (en millions)</b>                     | <b>29,7</b>  | <b>27,3</b>  | <b>34,9</b>  | <b>31,2</b>  | <b>38,5</b>  | <b>36,9</b>  | <b>41,1</b>  | <b>42,3</b>  | <b>43,9</b>  | <b>50,4</b>  |
| - Croissance en %                                | 21%          | -8%          | 28%          | -11%         | 23%          | -4%          | 11%          | 3%           | 4%           | 15%          |
| <b>Recettes (en millions TRY)</b>                | <b>170,5</b> | <b>182,4</b> | <b>243,2</b> | <b>242,3</b> | <b>301,7</b> | <b>308,2</b> | <b>380,2</b> | <b>398,4</b> | <b>421,9</b> | <b>505,3</b> |
| - Croissance en %                                | 42%          | 7%           | 33%          | 0%           | 25%          | 2%           | 23%          | 5%           | 6%           | 20%          |
| <b>Recettes (en millions EUR)</b>                | <b>94,9</b>  | <b>108,3</b> | <b>134,0</b> | <b>135,8</b> | <b>158,9</b> | <b>142,6</b> | <b>190,4</b> | <b>171,3</b> | <b>182,5</b> | <b>200,4</b> |
| - Croissance en %                                | 36%          | 14%          | 24%          | 1%           | 17%          | -10%         | 33%          | -10%         | 7%           | 10%          |
| <b>Prix moyen du billet en TRY</b>               | <b>6,1</b>   | <b>6,7</b>   | <b>7,0</b>   | <b>7,8</b>   | <b>7,8</b>   | <b>8,4</b>   | <b>9,3</b>   | <b>9,4</b>   | <b>9,6</b>   | <b>10,0</b>  |
| - Croissance en %                                | -            | 10,6%        | 4,3%         | 11,4%        | 0,9%         | 6,5%         | 10,8%        | 1,7%         | 2,0%         | 4,3%         |
| <b>Prix moyen du billet en EUR</b>               | <b>3,2</b>   | <b>4,0</b>   | <b>3,8</b>   | <b>4,4</b>   | <b>4,1</b>   | <b>3,9</b>   | <b>4,6</b>   | <b>4,0</b>   | <b>4,2</b>   | <b>4,0</b>   |
| - Croissance en %                                | -            | 24,6%        | -3,5%        | 13,4%        | -5,1%        | -6,4%        | 19,9%        | -12,7%       | 2,7%         | -4,4%        |
| <b>Entrées par habitant</b>                      | <b>0,4</b>   | <b>0,4</b>   | <b>0,5</b>   | <b>0,4</b>   | <b>0,5</b>   | <b>0,5</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,6</b>   | <b>0,7</b>   |
| <b>PART DE MARCHÉ NATIONALE</b>                  |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Part de marché nationale                         | 38%          | 42%          | 52%          | 38%          | 58%          | 51%          | 53%          | 50%          | 47%          | 58%          |
| <b>FILMS EN SALLES</b>                           |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Nouvelles sorties                                | 207          | 221          | 238          | 248          | 265          | 255          | 252          | 288          | 281          | 322          |
| Films encore en exploitation                     | -            | -            | -            | 143          | 125          | 109          | 139          | 142          | 203          | 177          |
| <b>Nombre total des films en salles</b>          | <b>-</b>     | <b>-</b>     | <b>-</b>     | <b>391</b>   | <b>390</b>   | <b>364</b>   | <b>391</b>   | <b>430</b>   | <b>484</b>   | <b>499</b>   |
| <b>FILMS TURCS SORTIS EN SALLES (en Turquie)</b> |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| 100% national                                    | 14           | 22           | 28           | 37           | 46           | 61           | 63           | 62           | 54           | 77           |
| Majorité co-prod.                                | 2            | 4            | 6            | 5            | 2            | 8            | 2            | 7            | 5            | 8            |
| Minorité co-prod.                                | -            | 1            | 1            | 2            | -            | 1            | 3            | 1            | 1            | 2            |
| - Fiction  | 23           | 29           | 37           | 41           | 49           | 71           | 64           | 73           | 72           | 87           |
| - Films documentaires                            | 2            | 3            | 3            | 4            | 4            | 4            | 6            | 7            | 5            | 8            |
| <b>TR films produced</b>                         | <b>25</b>    | <b>32</b>    | <b>40</b>    | <b>45</b>    | <b>53</b>    | <b>75</b>    | <b>70</b>    | <b>80</b>    | <b>77</b>    | <b>95</b>    |
| <b>AIDE PUBLIQUE AU CINÉMA</b>                   |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Montant des dépenses (en millions TRY)           | 9,5          | 20,6         | 24,6         | 28,8         | 23,9         | 27,2         | 28,7         | 19,7         | 19,2         |              |
| - Croissance en %                                | -            | 118%         | 19%          | 17%          | -17%         | 14%          | 5%           | -31%         | -3%          |              |
| Montant des dépenses (en millions EUR)           | 5,6          | 11,4         | 13,7         | 15,2         | 11,1         | 13,6         | 12,3         | 8,5          | 7,6          |              |
| - Croissance en %                                | -            | 103%         | 20%          | 10%          | -27%         | 23%          | -9%          | -31%         | -11%         |              |
| <b>SITES DE CINÉMA &amp; SALLES</b>              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Sites  | 375          | 389          | 411          | 434          | 473          | 483          | 491          | 520          | 567          | 568          |
| - Croissance en %                                | 9%           | 4%           | 6%           | 6%           | 9%           | 2%           | 2%           | 6%           | 9%           | 0%           |
| Salles   | 1 085        | 1 114        | 1 299        | 1 532        | 1 678        | 1 780        | 1 874        | 1 968        | 2 093        | 2 243        |
| - Croissance en %                                | 9%           | 3%           | 17%          | 18%          | 10%          | 6%           | 5%           | 5%           | 6%           | 7%           |
| Nb de salles pour 100 habitants                  | 1,5          | 1,6          | 1,8          | 2,2          | 2,4          | 2,5          | 2,6          | 2,7          | 2,8          | 3,0          |
| <b>CINÉMA NUMÉRIQUE</b>                          |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| Sites numériques                                 | 5            | 5            | 8            | 12           | 40           | 55           | 102          | 133          | 147          | 235          |
| - Croissance en %                                | -            | 0%           | 60%          | 50%          | 233%         | 38%          | 85%          | 30%          | 11%          | 60%          |
| Salles numériques                                | 5            | 5            | 8            | 13           | 40           | 57           | 114          | 135          | 229          | 1 073        |
| - Croissance en %                                | -            | 0%           | 60%          | 63%          | 208%         | 43%          | 100%         | 18%          | 70%          | 369%         |
| Salles numériques par site                       | 1,0          | 1,0          | 1,0          | 1,1          | 1,0          | 1,0          | 1,1          | 1,0          | 1,6          | 4,6          |
| Pénétration des salles numériques                | 0%           | 0%           | 1%           | 1%           | 2%           | 3%           | 6%           | 7%           | 11%          | 48%          |

Source : Antrakt, OBS / LUMIERE

### 3 Principales caractéristiques de l'industrie cinématographique turque

#### 7e marché cinématographique d'Europe malgré un faible taux de fréquentation

Avec 50,4 millions de billets de cinéma vendus en 2013, la Turquie a renforcé sa position de 7e marché cinématographique d'Europe en matière d'entrées ; elle n'est dépassée que par les « 5 grands » marchés de l'UE et la Fédération de Russie. Les recettes brutes des salles s'élèvent à 200 millions EUR (505 millions TRY) en 2013. Ces chiffres sont les plus élevés atteints en Turquie dans son histoire récente et représentent le point culminant provisoire de l'impressionnante croissance enregistrée ces dix dernières années.

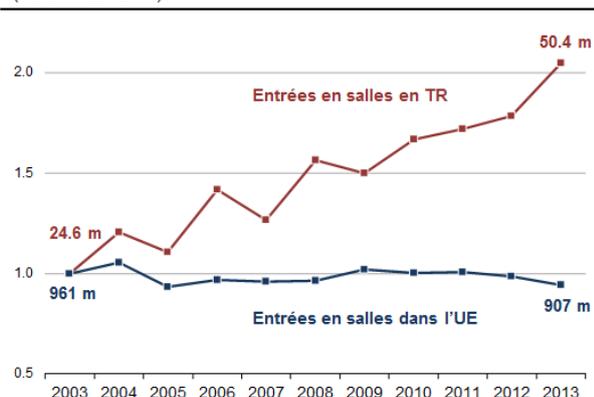
Dans le même temps, le taux de fréquentation des salles en Turquie figure toujours parmi les plus bas d'Europe. Même pour 2013, année record, le nombre d'entrées par habitant ne dépasse pas 0,7. Ce chiffre est à comparer à la moyenne de l'UE qui s'établit à 1,8 billet par habitant. En d'autres termes, en moyenne, chaque citoyen de l'UE achète environ deux billets de cinéma par an, contre seulement un pour deux personnes vivant en Turquie. Cela semble indiquer que le potentiel de croissance reste élevé.

**Entrées en salles 2013** (en millions)

| Rang | Pays                 | Entrées     |
|------|----------------------|-------------|
| 1    | France               | 193,6       |
| 2    | Fédération de Russie | 177,1       |
| 3    | Royaume-Uni          | 165,5       |
| 4    | Allemagne            | 129,7       |
| 5    | Italie est           | 106,7       |
| 6    | Espagne              | 78,2        |
| 7    | <b>Turquie</b>       | <b>50,4</b> |
| 8    | Pologne              | 36,3        |
| 9    | Pays-Bas             | 30,8        |
| 10   | Belgique             | 20,9        |

Source : OBS, Antrak

**Indice de croissance des entrées en salles TR vs UE**  
(Base année = 2003)



Source : OBS

#### Deuxième marché de croissance d'Europe

La Turquie s'affirme comme un véritable marché de croissance parmi les autres marchés européens - matures pour la plupart - dans lesquels la fréquentation a stagné, voire baissé, ces dix dernières années, la croissance des recettes brutes des salles n'étant principalement alimentée que par la hausse des prix des billets liée à la 3D et au cinéma numérique.

Par contraste, la Turquie a enregistré une croissance remarquable : sa fréquentation a plus que doublé, passant de 24,6 millions d'entrées en 2003 à 50,4 millions en 2013. Soit un taux de croissance annuel moyen de 7,4 %, contre une baisse annuelle moyenne de -0,6 % au sein de l'UE. Les recettes brutes des salles turques ont même progressé de 15,4 % par an en moyenne, contre 1,6 % dans l'UE. Seule la Fédération de Russie a enregistré des taux de croissance et des croissances en volume plus élevés ces dernières années. La croissance des recettes brutes des salles en Turquie a été largement tirée par un nombre croissant de superproductions locales à très grand succès qui vendent régulièrement jusqu'à 4 millions de billets

Elle a également été stimulée par l'élargissement et la modernisation du parc de salles en Turquie : un grand nombre de complexes de cinéma modernes a ouvert dans les très nombreux centres commerciaux construits au cours de la dernière décennie.

Avec une population de 76 millions d'habitants, un taux de fréquentation relativement faible et une économie en croissance, le marché cinématographique turc devrait continuer de progresser de 6 à 7 % par an avant d'atteindre la maturité en 2018.

### Un volume de production élevé

Stimulé par le succès en salles des superproductions turques et bénéficiant d'aides publiques à la production, le volume de production des longs métrages turcs – y compris les coproductions minoritaires – est passé de 16 films sortis en salle en 2004 au niveau record de 87 films en 2013, ce qui le classe à la huitième position en Europe.

| <b>Nombre de long métrages produits en 2013</b> (prov) |                                   |           |                       |
|--|-----------------------------------|-----------|-----------------------|
| Rang   | Pays                              | Tous      | National <sup>1</sup> |
| 1  | Royaume-Uni <sup>2</sup>          | 299       | 226                   |
| 2  | France                            | 270       | 209                   |
| 3  | Allemagne                         | 236       | 195                   |
| 4  | Espagne                           | 230       | 192                   |
| 5  | Italie                            | 167       | 156                   |
| 6  | Fédération de Russie <sup>3</sup> | 109       | 109                   |
| 7  | Suisse                            | 104       | 83                    |
| <b>8</b>   | <b>Turquie</b>                    | <b>87</b> | <b>85</b>             |
| 9  | Pays-Bas                          | 65        | 48                    |
| 10   | Danemark                          | 64        | 50                    |

1) Uniquement productions à 100% nationales et co-productions majoritaires.  
 2) Ne sont pas comptées : 50 longs métrages bénéficiant d'investissements étrangers.  
 3) 2012.

Source: OBS, Antrakt

Preuve de l'accent mis par l'industrie cinématographique turque sur son marché national, 90 % des films turcs produits entre 2009 et 2013 ont été entièrement financés par des fonds turcs. Les coproductions majoritaires turques représentent 8 % du volume total de production, seules une ou deux coproductions minoritaires

turques étant en général produites par an. Le nombre relativement faible de coproductions internationales peut aussi s'expliquer par le fait que les aides publiques ne sont pas accessibles aux producteurs turcs détenant des participations minoritaires.

### Des niveaux relativement faibles d'aides publiques

Cette augmentation de la production est particulièrement remarquable dans la mesure où les aides publiques sont relativement limitées en Turquie. Entre 2007 et 2009, le ministère de la Culture et du Tourisme, principale source de financement public pour les films, a consacré au secteur en moyenne 13,3 millions EUR par an, dont seulement 50 % étaient alloués à des projets liés à la production cinématographique.

Par conséquent, le soutien public aux activités liées au cinéma est nettement inférieur à la moyenne paneuropéenne qui s'établit à 53,6 millions EUR. En matière de dépenses en activités par habitant, la Turquie a accordé le plus faible montant d'aides aux activités liées au cinéma par habitant de toute l'Europe. Les distributeurs et les exploitants ne bénéficient d'aucune aide publique en Turquie, contrairement à la plupart des autres marchés européens.

En Turquie, les activités de soutien au cinéma national sont gérées par la DG Sinema du ministère de la Culture et du Tourisme, ce dernier allouant un budget à la DG Sinema. La Turquie est donc l'un des rares pays européens dans lequel les activités de soutien liées au cinéma sont entièrement financées par des sources publiques. Bien que les billets de cinéma soient soumis à une taxe de 10 %, dont 75 % reviennent au ministère, il n'existe pas de connexion directe avec le budget de la DG Sinema, qui est régulièrement inférieur à la part de la taxe sur les billets de cinéma revenant au ministère.

### Un paysage de la production fragmenté

Le paysage turc de la production est très fragmenté ; un grand nombre de petites sociétés de production produisent un film tous les deux ans. Entre 1990 et 2013, un total de 687 films a été produit par pas moins de 358 sociétés. Seules cinq sociétés, à savoir moins de 1 % du total,

ont produit plus de 10 films pendant la période indiquée.

### **La part de marché des films nationaux la plus élevée d'Europe...**

En 2013, les films turcs représentent 58 % des entrées, suivis par les films américains (38 %), ne laissant que 3 % pour les films européens et 1 % pour les films du reste du monde. La Turquie est ainsi le pays européen où la part de marché des films nationaux est la plus élevée.

| Rang              | Pays      |              |
|-------------------|-----------|--------------|
| 1                 | Turquie   | 58,0%        |
| 2                 | France    | 33,8%        |
| 3                 | Italie    | 31,0%        |
| 4                 | Danemark  | 30,0%        |
| 5                 | Allemagne | 26,2%        |
| <b>Moyenne UE</b> |           | <b>16,3%</b> |

Source : OBS, Antrakt

### **... et des superproductions locales qui dominent le marché**

Le marché turc des recettes brutes des salles est très concentré : quelques superproductions locales, et dans une moindre mesure américaines, se taillent la part du lion de la fréquentation. Toutefois, pour un grand nombre de films turcs, cette part de marché élevée des films nationaux ne se traduit pas par une fréquentation élevée : entre 2009 et 2013, les 10 premiers films turcs représentent en moyenne 79 % du nombre total de billets vendus pour l'ensemble des films turcs.

Tout comme leurs homologues européens, de nombreux films locaux peinent à trouver leur public car le système de distribution en salles turc est clairement orienté vers la distribution des grandes superproductions locales et internationales et il n'existe pas d'aide publique dédiée à la distribution et à la projection des films locaux ou des films art et essai.

### **Une exploitation axée sur le marché national du cinéma en salles...**

Selon l'association de producteurs SE-YAP, les recettes brutes des salles représentent la ma-

jeure partie, jusqu'à 90 %, des bénéfices totaux de la plupart des films, les autres plates-formes d'exploitation nationales, en particulier les plates-formes numériques, leur offrant un potentiel de chiffre d'affaires limité.

Aucune réglementation gouvernementale ne s'applique aux fenêtres d'exploitation, à l'exception mineure que les règles de financement pour l'aide publique à la production des longs métrages prévoient que le film doit sortir en salles avant d'être exploité sur d'autres plates-formes. Dans la pratique, les chaînes de cinéma ont une position très forte pour négocier une fenêtre d'exploitation en salles exclusive. Cette fenêtre d'exploitation en salles dure actuellement environ trois mois en moyenne, mais devrait être raccourcie. Ensuite, la plupart des films sortent en DVD / VOD. L'exploitation télévisuelle commence généralement 12 à 18 mois après la sortie du film en salles, délai qui devrait également être raccourci à l'avenir.

Par rapport aux films produits dans l'Union européenne, les films turcs dépendent davantage de leur exploitation en salles sur leur marché national. Entre 2004 et 2013, les films turcs ont généré 93 % de leurs entrées totales sur le marché turc et seulement 7 % sur les autres marchés européens. En comparaison, il est estimé que les films européens ont généré 34 % de leurs entrées totales sur d'autres marchés européens non nationaux.

### **... et le public émigré**

Malgré l'importance relativement limitée des marchés non nationaux, la Turquie se classe parmi les 10 premiers pays européens pour l'exportation de films, les films turcs ayant vendu 13 millions de billets entre 2004 et 2013 sur les marchés européens hors Turquie. Il est intéressant de noter que, contrairement aux autres pays européens, la majorité des films turcs 100 % nationaux sortent sur davantage de marchés non nationaux que les coproductions turques. En effet, en moyenne, les films 100 % nationaux génèrent plus d'entrées non nationales que les coproductions.

Ces deux faits peuvent être expliqués par les importantes communautés turques présentes dans certains pays européens, notamment en Allemagne, en Autriche et aux Pays-Bas, et dont

les goûts sont comparables à ceux des publics en Turquie. Il s'agit donc d'un réservoir considérable pour les films grand public turcs sur certains marchés européens, comme illustré ci-dessous. Par contre, les coproductions majoritaires turques visent généralement les Européens amateurs de films art et essai, comparativement moins nombreux.

#### **Modèle du type « rent-a-distributor » (location de distributeur)**

En Turquie, contrairement à d'autres marchés européens, les distributeurs ne paient en général que les frais de réservation et de collecte, c'est-à-dire qu'ils n'assument en général aucun risque financier en acquérant des droits de distribution, en payant des garanties minimales ou en concluant des accords de prévente. Les coûts d'impression et de publicité sont supportés par les sociétés de production ou les entreprises importatrices. Il incombe en général à la société de production ou à l'importateur de décider du nombre de copies qu'il veut pour son film, de payer les VPF (frais de copie virtuelle) et de gérer sa campagne de commercialisation.

Les frais de distribution sont en conséquence plus faibles dans ce modèle économique que sur la plupart des autres marchés européens et s'élèvent en général à environ 10 %, voire moins, pour les films populaires.

#### **Les forces du marché conduisent à des marchés de l'exploitation et de la distribution très concentrés**

D'une manière générale, l'industrie cinématographique est moins réglementée en Turquie que dans la plupart des autres pays européens. En conséquence de la dynamique du marché, les marchés turcs de l'exploitation et de la distribution sont très concentrés, affichant certains des niveaux de concentration les plus élevés de toute l'Europe.

En 2013 la première chaîne d'exploitation du marché, Mars Entertainment (Cinemaximum), représentait 52 % des recettes brutes des salles et 85 % du marché publicitaire en salles, gérant 26 % des écrans, soit près de deux écrans numériques sur trois ainsi que tous les écrans IMAX du pays. Il s'agit du niveau de concentration le plus élevé parmi les dix plus grands marchés européens de l'exploitation.

D'autre part, le marché turc de la distribution est dominé par trois distributeurs, UIP, Tiglon<sup>7</sup> et Warner Bros, qui représentent en tout près de 90 % des entrées en 2013.

#### **Implantation des cinémas dans les centres commerciaux**

En 2013, la majorité des cinémas commerciaux de Turquie sont situés dans les centres commerciaux qui, du fait de la croissance économique du pays, se sont multipliés dans tout le pays et sont devenus, en particulier dans les villes, un endroit populaire où les gens aiment passer leur temps libre.

La construction de cinémas modernes dans des centres commerciaux a été le principal moteur de croissance pour les salles de cinéma qui sont passées de 995 fin 2003 à 2 243 en 2013. Malgré cette augmentation du nombre d'écrans, la densité des salles en Turquie reste bien inférieure à celle de l'UE : fin 2013 le pays comptait 3 salles pour 100 000 habitants, comparé à une moyenne de 6 salles pour 100 000 habitants dans l'UE.

Il est également intéressant de noter que, contrairement à la plupart des autres marchés européens, les films sont généralement projetés avec un entracte.

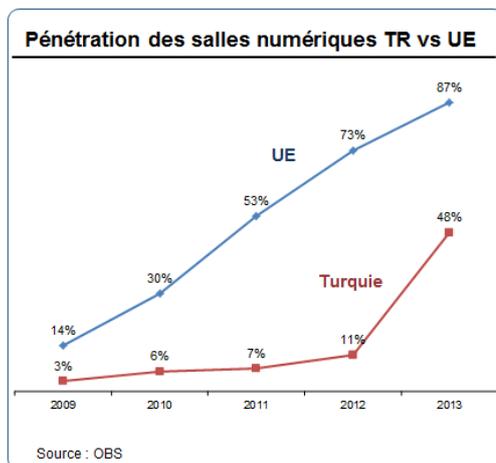
<sup>7</sup> Tiglon/Fida Film a été confrontée à des difficultés financières en 2014 lorsque, les dettes n'étant pas remboursées, les créanciers ont cherché à liquider la société. Bien qu'elle poursuive certaines de ses activités commerciales au moment de la rédaction du présent rapport, on ne sait pas dans quelle mesure Tiglon continuera à jouer un rôle majeur dans l'avenir.

### Du retard dans la numérisation des salles de cinéma

Dans le domaine du cinéma numérique, la Turquie est clairement à la traîne du reste de l'Europe, avec un retard d'environ quatre ans. La conversion numérique n'a pris de l'ampleur qu'en 2013, lorsque le nombre de salles numériques a plus que quadruplé et la pénétration des salles numériques a bondi de 11 à 48 %.

Malgré une forte augmentation d'une année à l'autre, la pénétration des salles numériques reste nettement inférieure à celle de l'UE, où environ 87 % de tous les écrans étaient numérisés en décembre 2013.

La lente adoption du cinéma numérique est étroitement liée à la disponibilité limitée des options de financement, notamment des régimes VPF, et du manque de soutien public.



Même si la disponibilité des régimes VPF semble s'être améliorée en 2014, selon l'association de producteurs SE-YAP, aucun système VPF n'a été adopté par l'ensemble de l'industrie et les obligations liées aux VPF peuvent varier selon les films et les cinémas.

### Piratage et manque de transparence du marché

Il n'existe pas de chiffres fiables permettant d'estimer le préjudice financier causé par les violations du droit d'auteur pour les œuvres audiovisuelles, mais la plupart des experts s'accordent à dire que le piratage constitue un grand défi pour l'ensemble du secteur audiovisuel en Turquie car il limite considérablement l'exploitation des longs métrages turcs, en particulier sur les plates-formes hors cinéma.

D'une manière générale, de nombreux cinéastes se plaignent d'un manque de transparence, les recettes brutes des salles locales, communiquées par les distributeurs, étant pratiquement les seules données facilement disponibles. Et même dans ce cas, certains experts du marché estiment que les ventes de billets sont sous-déclarées. Par ailleurs, il est pratiquement impossible d'obtenir de sources accessibles au public des données sur la fréquentation, les exportations de films ou encore les ventes de DVD ou VOD.

## 4 Les 50 films ayant réalisé le plus grand nombre d'entrées de 2004 à 2013

Note : seuls les films qui sont sortis en salles et pour lesquels des entrées ont été enregistrées entre janvier 2004 et décembre 2013 sont comptabilisés.

| Rang | Titre original                             | Pays d'origine             | Année de production | Réalisateur                   | Distributeur | Date de sortie en salles | Entrées en salles 2004-2013 |
|------|--|----------------------------|---------------------|-------------------------------|--------------|--------------------------|-----------------------------|
| 1    | Fetih 1453                                 | TR                         | 2012                | Faruk Aksoy                   | Tiglon       | 15/02/2012               | 6 572 618                   |
| 2    | Recep Ivedik 2                             | TR                         | 2009                | Togan Gökbakar                | Özen Film    | 13/02/2009               | 4 333 116                   |
| 3    | Recep Ivedik                               | TR                         | 2008                | Togan Gökbakar                | Özen Film    | 22/02/2008               | 4 301 792                   |
| 4    | Kurtlar vadisi - Irak                      | TR                         | 2006                | Serdar Akar, Sadullah Sentürk | Kenda        | 03/02/2006               | 4 256 567                   |
| 5    | Düğün dernek                               | TR                         | 2013                | Selçuk Aydemir                | UIP          | 06/12/2013               | 4 072 898                   |
| 6    | Eyyvah eyvah 2                             | TR                         | 2011                | Hakan Algül                   | UIP          | 07/01/2011               | 3 947 988                   |
| 7    | G.O.R.A.                                   | TR                         | 2004                | Ömer Faruk Sorak              | Warner Bros. | 12/11/2004               | 3 932 315                   |
| 8    | CM101MMXI Fundamentals                     | TR                         | 2013                | Murat Dundar                  | Tiglon       | 03/01/2013               | 3 842 479                   |
| 9    | A.R.O.G                                    | TR                         | 2008                | Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı | UIP          | 05/12/2008               | 3 703 128                   |
| 10   | New York'ta Beş Minare                     | TR                         | 2010                | Mahsun Kirmizigül             | Pinema       | 05/11/2010               | 3 474 495                   |
| 11   | Recep Ivedik 3                             | TR                         | 2010                | Togan Gökbakar                | Özen Film    | 12/02/2010               | 3 325 842                   |
| 12   | Vizontele Tuuba                            | TR                         | 2004                | Yılmaz Erdogan                | Warner Bros. | 23/01/2004               | 2 894 302                   |
| 13   | Celal ile Ceren                            | TR                         | 2013                | Togan Gökbakar                | Tiglon       | 18/01/2013               | 2 853 628                   |
| 14   | Issiz adam                                 | TR                         | 2008                | Cagan Irmak                   | Cinefilm     | 07/11/2008               | 2 784 527                   |
| 15   | Evim Sensin                                | TR                         | 2012                | Özcan Deniz                   | UIP          | 02/11/2012               | 2 702 098                   |
| 16   | Hababam sınıfı askerde                     | TR                         | 2005                | Ferdi Eğilmez                 | Özen Film    | 14/01/2005               | 2 586 636                   |
| 17   | Günesi gördüm                              | TR                         | 2009                | Mahsun Kirmizigül             | Pinema       | 12/03/2009               | 2 491 754                   |
| 18   | Avatar                                     | US / GB                    | 2009                | James Cameron                 | Tiglon       | 18/12/2009               | 2 481 653                   |
| 19   | Eyyvah eyvah                               | TR                         | 2010                | Hakan Algül                   | UIP          | 26/02/2010               | 2 459 815                   |
| 20   | Nefes: Vatan sagolsun                      | TR                         | 2009                | Levent Semerci                | Medyavizyon  | 16/10/2009               | 2 436 778                   |
| 21   | Ask tesadüfleri sever                      | TR                         | 2011                | Ömer Faruk Sorak              | UIP          | 04/02/2011               | 2 418 090                   |
| 22   | Yahşi bati                                 | TR                         | 2009                | Ömer Faruk Sorak              | UIP          | 01/01/2010               | 2 323 061                   |
| 23   | Muro: Nalet olsun içindeki insan sevgisine | TR                         | 2008                | Zübeyr Sasmaz                 | Özen Film    | 05/12/2008               | 2 316 056                   |
| 24   | Allahın Sadık Kulu: Barla                  | TR                         | 2011                | Orhan Öztürk Esin             | Özen Film    | 04/11/2011               | 2 226 738                   |
| 25   | Kelebeğin ruyası                           | TR                         | 2013                | Yılmaz Erdogan                | UIP          | 22/02/2013               | 2 158 938                   |
| 26   | Selam                                      | TR                         | 2013                | Levent Demirkale              | Warner Bros. | 29/03/2013               | 2 145 545                   |
| 27   | Av mevsimi                                 | TR                         | 2010                | Yavuz Turgul                  | Warner Bros. | 03/12/2010               | 2 114 551                   |
| 28   | Hababam sınıfı 3,5                         | TR                         | 2006                | Ferdi Eğilmez                 | Özen Film    | 06/01/2006               | 2 068 165                   |
| 29   | Beyaz melek                                | TR                         | 2007                | Mahsun Kirmizigül             | Medyavizyon  | 16/11/2007               | 2 031 615                   |
| 30   | Kurtlar Vadisi Filistin                    | TR                         | 2011                | Zübeyr Sasmaz                 | Özen Film    | 28/01/2011               | 2 028 057                   |
| 31   | Kabadayı                                   | TR                         | 2007                | Omer Vargi                    | UIP          | 14/12/2007               | 1 999 594                   |
| 32   | Berlin Kaplani                             | TR                         | 2012                | Hakan Algül                   | UIP          | 27/01/2012               | 1 983 077                   |
| 33   | Ice Age: Continental Drift                 | US                         | 2012                | Steve Martino, Mike Thurmeier | Tiglon       | 29/06/2012               | 1 880 860                   |
| 34   | Sümela'nin sıfresi: Temel                  | TR                         | 2011                | Adem Kiliç                    | Pinema       | 16/12/2011               | 1 731 311                   |
| 35   | Hokkabaz                                   | TR                         | 2006                | Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı | Kenda        | 20/10/2006               | 1 709 783                   |
| 36   | Babam ve Oğlum                             | TR                         | 2005                | Cagan Irmak                   | Özen Film    | 18/11/2005               | 1 700 704                   |
| 37   | Troy                                       | US / GB <sup>nc</sup> / MT | 2004                | Wolfgang Petersen             | Warner Bros. | 15/05/2004               | 1 692 458                   |
| 38   | Sen Kimsin                                 | TR                         | 2012                | Ozan Aciktan                  | UIP          | 02/03/2012               | 1 592 471                   |
| 39   | Hababam sınıfı merhaba                     | TR                         | 2004                | Kartal Tibet                  | Özen Film    | 16/01/2004               | 1 580 535                   |
| 40   | Hükümet kadın 2                            | TR                         | 2013                | Sermiyan Midyat               | UIP          | 08/11/2013               | 1 508 326                   |
| 41   | Romantik Komedi 2: Bekarlığa Veda          | TR                         | 2013                | Erol Özlevi                   | Pinema       | 14/02/2013               | 1 507 603                   |
| 42   | 2012                                       | US / CA                    | 2009                | Roland Emmerich               | Warner Bros. | 13/11/2009               | 1 496 065                   |
| 43   | Ice Age: Dawn of the Dinosaurs             | US                         | 2009                | C. Saldanha, M. Thurmeier     | Tiglon       | 01/07/2009               | 1 432 422                   |
| 44   | Osmanlı Cumhuriyeti                        | TR                         | 2008                | Gani Müjde                    | UIP          | 21/11/2008               | 1 422 579                   |
| 45   | The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 2  | US                         | 2012                | Bill Condon                   | Tiglon       | 16/11/2012               | 1 417 752                   |
| 46   | Hükümet kadın                              | TR                         | 2013                | Sermiyan Midyat               | UIP          | 01/02/2013               | 1 402 253                   |
| 47   | Benim dünyam                               | TR                         | 2013                | Ugur Yücel                    | UIP          | 25/10/2013               | 1 378 834                   |
| 48   | The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 1  | US                         | 2011                | Bill Condon                   | Tiglon       | 18/11/2011               | 1 372 187                   |
| 49   | New Moon                                   | US                         | 2009                | Chris Weitz                   | Tiglon       | 20/11/2009               | 1 243 105                   |
| 50   | Maskeli Besler - Irak                      | TR                         | 2007                | Murat Aslan                   | Özen Film    | 12/01/2007               | 1 239 902                   |

Source: Antrakt, OBS / LUMIERE

## 5 Table of Contents

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| <b>1</b>  | <b>Introduction</b>   | <b>1</b>  |
| <b>Executive Summary</b>                            |   | <b>5</b>  |
| <b>2</b>  | <b>Executive Summary</b>                                    | <b>5</b>  |
| 2.1   | Key figures 2004-2013                                       | 5         |
| 2.2   | Key characteristics of the Turkish theatrical film industry | 6         |
| <b>A brief history of the Turkish film industry</b> |   | <b>11</b> |
| <b>3</b>  | <b>A brief history of the Turkish film industry</b>         | <b>11</b> |
| 3.1   | The early years: 1896 to 1950                               | 11        |
| 3.2   | Yeşilçam - the golden age of Turkish cinema: 1950s to 1970s | 14        |
| 3.3   | Decline and crisis: 1980s - 1990s                           | 16        |
| 3.4   | Turkish Cinematic Renaissance                               | 18        |
| <b>Institutional framework &amp; film policy</b>    |   | <b>21</b> |
| <b>4</b>  | <b>Institutional framework &amp; film policy</b>            | <b>21</b> |
| 4.1   | Legal framework   | 21        |
| 4.2   | Key institutions  | 22        |
| 4.3   | Public Film Funding in Turkey                               | 23        |
| 4.4   | Municipality tax advantages for domestic films              | 28        |
| 4.5   | Certification   | 28        |
| 4.6   | International film policy                                   | 29        |
| 4.7   | Outlook   | 30        |
| <b>Theatrical film production</b>                   |   | <b>32</b> |
| <b>5</b>  | <b>Production volume</b>                                    | <b>32</b> |
| <b>6</b>  | <b>International co-productions</b>                         | <b>34</b> |
| <b>7</b>  | <b>Production company landscape</b>                         | <b>37</b> |
| <b>8</b>  | <b>Production costs &amp; financing</b>                     | <b>42</b> |
| <b>9</b>  | <b>Production incentives</b>                                | <b>44</b> |
| 9.1   | National support mechanisms                                 | 44        |
| 9.2   | International support mechanisms                            | 48        |
| 9.3   | Incentives for foreign producers?                           | 52        |

|   |  |            |
|---|--|------------|
| <b>10</b>                                       | <b>Exploitation</b>                                    | <b>53</b>  |
| 10.1  | Exploitation on domestic market                        | 53         |
| 10.2  | Export of Turkish theatrical films                     | 55         |
| 10.3  | Award winning films at international festivals         | 62         |
| <b>Theatrical distribution &amp; exhibition</b> |  | <b>66</b>  |
| <b>11</b>                                       | <b>Box office market volume &amp; growth potential</b> | <b>66</b>  |
| 11.1  | Current market volume                                  | 66         |
| 11.2  | Further growth potential                               | 70         |
| <b>12</b>                                       | <b>Which films are successful in Turkey?</b>           | <b>70</b>  |
| 12.1  | Box office market share by country of origin           | 74         |
| 12.2  | Local blockbusters dominate box office                 | 79         |
| 12.3  | Market potential for Turkish films                     | 82         |
| 12.4  | Market potential for imported films                    | 86         |
| <b>13</b>                                       | <b>Exhibition market</b>                               | <b>92</b>  |
| 13.1  | Theatrical infrastructure                              | 92         |
| 13.2  | Digital cinema   | 96         |
| 13.3  | Leading exhibitors & market concentration              | 101        |
| <b>14</b>                                       | <b>Distribution market</b>                             | <b>107</b> |
| 14.1  | Dominance of 'rent-a-distributor' business model       | 107        |
| 14.2  | Leading distributors & market concentration            | 107        |
| 14.3  | Who imports / distributes foreign films?               | 112        |
| 14.4  | Independents' fight for screen spaces & BA KA SİNEMA   | 117        |
| <b>15</b>                                       | <b>Cinema audience profiles</b>                        | <b>120</b> |
| <b>16</b>                                       | <b>Film festivals in Turkey</b>                        | <b>122</b> |
| <b>Annex</b>                                    |  | <b>125</b> |
| <b>17</b>                                       | <b>Methodological remarks</b>                          | <b>126</b> |
| 17.1  | Remarks on data sources for Turkish market             | 126        |
| 17.2  | Remarks on European admissions data                    | 128        |
| 17.3  | Methodological remarks & definitions                   | 129        |





*New!*

# IMPACT ANALYSIS OF FISCAL INCENTIVE SCHEMES SUPPORTING FILM AND AUDIOVISUAL PRODUCTION IN EUROPE

The European Audiovisual Observatory publishes a new analysis of the impact of fiscal incentive schemes – tax shelters, tax rebates and tax credits - which aim at stimulating investment in the production of film and audiovisual works. The analysis identifies, describes and categorises the schemes in place across Europe and evaluates their impact in attracting foreign investment, both from within Europe and from other countries too. It then compares the various schemes according to their advantages/disadvantages and examines how they work alongside other economic and political measures. The report concludes by evaluating the impact of these systems in the international context.

This analysis is carried out by one of Europe's leading screen sector development consultancies, Olsberg•SPI, providing specialist, high level advice for over 20 years to public and private sector clients in the creative industries, focusing on film, television and digital media.

## TABLE OF CONTENTS\*

|    |                                      |     |                               |
|----|--------------------------------------|-----|-------------------------------|
| 1. | Executive Summary                    | 7.  | Quantitative Economic Impacts |
| 2. | Background to Study                  | 8.  | Qualitative Economic Impacts  |
| 3. | Introduction                         | 9.  | Conclusions                   |
| 4. | Current European Incentive Landscape | 10. | Recommendations               |
| 5. | Trends in European Fiscal Incentives | 11. | Methodology                   |
| 6. | Analysis of Selected Schemes         | 12. | Appendices                    |

\*Provisional

*“Impact analysis of fiscal incentive schemes  
supporting film and audiovisual production in Europe”*

*« Les systèmes d'incitation fiscale et leur impact sur  
la production cinématographique et audiovisuelle en Europe »*

*“Steuerliche Anreize und ihre Auswirkung auf die  
Produktion von Filmen und audiovisuellen Werken in Europa”*

Ca. 100 pages, will be published in English, available by late December 2014, French and German, available by the end of January 2015, as PDF-file and hard copy

**10% Pre-Publication Discount – Order your copy now!**

Print-copy 76,50€ (85€) – PDF-File 88,20€ (98€) – Print+PDF 90€ (100€)

<http://www.obs.coe.int/shop>

European Audiovisual Observatory

Tel.: +33 (0)3 90 21 60 03

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

e-mail: [orders-obs@coe.int](mailto:orders-obs@coe.int)



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

## L'Observatoire européen de l'audiovisuel

Institué en décembre 1992, l'Observatoire européen de l'audiovisuel a pour objectif de collecter et de diffuser des informations sur l'industrie audiovisuelle en Europe.

L'Observatoire est un organisme de service public européen, composé de 40 Etats membres et de l'Union Européenne, représentée par la Commission Européenne. Il exerce son activité dans le cadre juridique du Conseil de l'Europe et travaille en collaboration avec un certain nombre d'organismes professionnels et partenaires du secteur audiovisuel, ainsi qu'avec un réseau de correspondants.

### Les principales activités de l'Observatoire européen de l'audiovisuel portent sur :

- la publication d'un annuaire, de rapports et de bulletins d'information :  
<http://www.obs.coe.int/publications>
- la mise à disposition d'informations grâce à son site Internet :  
<http://www.obs.coe.int>
- des contributions aux conférences :  
<http://www.obs.coe.int/events>

### L'Observatoire met également à disposition, gratuitement, des bases de données :

#### **LUMIERE**

Base de données sur les entrées des films distribués en Europe  
<http://lumiere.obs.coe.int>

#### **MAVISE**

Base de données sur les chaînes TV, les services audiovisuels à la demande et les entreprises en Europe  
<http://mavise.obs.coe.int>

#### **IRIS Merlin**

Base de données sur les informations juridiques relatives au secteur audiovisuel en Europe  
<http://merlin.obs.coe.int/>

### **Observatoire européen de l'audiovisuel**

76 Allée de la Robertsau – 67000 Strasbourg – France  
Tél.: +33 (0) 3 90 21 60 00 – Fax: +33 (0) 3 90 21 60 19  
[www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int) – E-mail: [info.obs@coe.int](mailto:info.obs@coe.int)