

CINEMA & DROIT DE LA CONCURRENCE

Mission confiée à Jean-Pierre Leclerc et Anne Perrot

Société des Réalisateur de Films

&

Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion

S R F | Société | des | réalisateurs | de | films

Société des Réalisateur de Films

Amélie Chatellier, Déléguée adjointe
14 rue Alexandre Parodi • 75010 Paris
Tél. : 01 44 89 99 48
ameliechatellier@la-srf.fr



**Association du Cinéma Indépendant
pour sa Diffusion**

Fabienne Hanclot, Déléguée Générale
14 rue Alexandre Parodi • 75010 Paris
Tél. : 01 44 89 99 71
fabienne@lacid.org

« L'analyse économique des différents marchés de la filière cinématographique et audiovisuelle révèle certaines défaillances. Leur fonctionnement peine de surcroît à satisfaire à l'exigence culturelle, aujourd'hui internationalement validée. En effet, l'œuvre cinématographique est à la fois un produit marchand et une œuvre élément du patrimoine artistique: au-delà de la seule optimalité économique, surgissent alors des préoccupations de diversité, de qualité ou de renouvellement des talents et des conventions artistiques. »

Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française (Emmanuel Cocq, Alexis Dantec, Florence Lévy-Hartmann)

Le cinéma est un art, et pas seulement une industrie. La reconnaissance par les pouvoirs publics de cette affirmation implique que les politiques culturelles protègent cette industrie artistique particulière, en suivant deux grands principes :

- **la poursuite d'objectifs culturels et artistiques** (diversité culturelle, renouvellements des talents, soutien aux cinématographies peu diffusées ou aux écritures nouvelles), d'une part ;
- **la structuration d'une industrie française forte**, qui permettra de maintenir face à l'extérieur, et notamment face aux Etats-Unis, une production française abondante.

Ce système, lorsqu'il fonctionne bien, nous semble avoir la vertu essentielle de permettre une **interaction indispensable entre art et industrie**. C'est ce qui a fait jusqu'ici la force du cinéma français, permettant par une chaîne sans fin, de renouveler les talents, en amenant progressivement vers le marché des auteurs, des réalisateurs, des acteurs d'abord confidentiels. Ces « nouveaux entrants » feront ainsi peu à peu des films plus chers, avec des acteurs plus connus et des plans de sortie plus importants.

Cependant, il nous semble que ce système d'interdépendance entre un « secteur recherche » et une filière commerciale, entre la « marge » et le « centre » est actuellement en danger. Or, si cette situation devait perdurer, c'est le cinéma dans son ensemble qui s'appauvrirait : l'industrie du film en France fonctionne en effet, sur le maintien de la diversité, sur la possibilité qu'avait hier Jean-Luc Godard d'exister à côté de Gérard Oury ou de Philippe de Broca et qu'ont aujourd'hui (ou devraient avoir) Benoît Jacquot ou Jacques Doillon à côté de Patrice Leconte ou Luc Besson. Comme le disait Jean-Luc Godard : « la marge, c'est ce qui fait tenir la page ».

Dans le cadre de la mission « Droit de la concurrence et cinéma », notre analyse est que l'abus de position dominante, et la concentration sans précédent opérée par quelques grands groupes sont responsables de ce manque de circulation et de cet appauvrissement de toute la chaîne.

Une concentration verticale et horizontale sans précédent dans la distribution

D'après les chiffres diffusés par l'Observatoire de la Diffusion, en 2006, **les 20 premiers distributeurs ont réalisé 96% des entrées enregistrées en France et regroupé 90% des copies.** Qui sont ces distributeurs ? Des **filiales de majors américaines** (Warner, UIP), des **sociétés liées à des chaînes de télévision** : SND (M6), TFM (TF1), Studio Canal (Canal plus) ou des **groupes intégrés** (Pathé, UGC, Gaumont).

Pour ces distributeurs, **la salle n'est qu'une vitrine**, un « label cinéma » pour une exploitation ultérieure massive à la télévision, en vidéo, DVD et VOD... Ceci contribue à la fragilisation des distributeurs indépendants, qui ne sont ni adossés à une *major* américaine, ni à un circuit de salles national, ni à une chaîne de télévision. Ces distributeurs indépendants prennent tous les risques lors de la sortie salles des films, et ne bénéficient pas du « confort » et des retombées économiques des exploitations ultérieures.

Ce mouvement de concentration dans le secteur de la distribution a été renforcé par :

- **L'apparition des multiplexes** : il y a désormais **146 multiplexes**, qui regroupent **1660 écrans**, et **31% du parc**. Les 146 multiplexes ouverts ont regroupé **32% des fauteuils**, **31% des écrans**, **51,9% des entrées** et **54,8% des recettes**. (chiffres en hausse constante depuis 1997). Les **3 principaux opérateurs** exploitent 58% des multiplexes : **Europalaces** (40), **CGR** (29), **UGC** (16).
- **L'introduction des cartes illimitées** qui incitent le spectateur à aller dans un seul type de salles et favorisent **l'accélération de la rotation des films** : les spectateurs détenteurs de ces abonnements paient pour avoir une offre large et renouvelée de films. Un circuit se

doit ainsi de rentrer les « nouveautés » pour satisfaire ses clients à tout prix. Et ses clients deviennent des **abonnés**, ce qui induit une logique différente. Cela conduit par exemple MK2 et UGC à mettre en avant la proposition de 600 films par an comme argument publicitaire, alors même qu'ils fustigent le reste du temps le trop grand nombre de films...

The screenshot shows the UGC website interface. At the top, there are navigation links and a search bar. Below that, there are promotional banners for Sony Ericsson S500i (offering a 1€ deal with a 100mn forfait) and Virgin mobile (offering unlimited SMS). The main navigation bar includes 'monugc', 'cinémas', 'films', and 'horaires'. A large central banner for 'ugc illimité' features the text 'dîtes "UI" au cinéma 1€ au lieu de 30€ sur les frais de dossier*' and 'Plus de 600 films, dans plus de 700 salles'. To the right, the 'réservation express' section includes a dropdown for 'votre région' (set to Bordeaux), a map of France with Bordeaux highlighted, and a dropdown for 'votre cinéma et votre film' (set to UGC CINE CITE BORDEAUX). Below the map, there are dropdowns for 'sélectionnez votre film' and 'votre séance' (with options for 'votre jour' and 'votre séance').

Capture du site d'UGC qui vante « plus de 600 films, dans plus de 700 salles »

Ces deux éléments ont contribué et amplifié le **phénomène d'emballlement et d'accélération qui a lieu au niveau de l'exploitation et de la distribution des films**, et qui se caractérise par :

- **Une inégalité croissante dans l'exposition des films** : la politique « **d'offre saturante** » menée pas les distributeurs les plus puissants aboutit chaque semaine à ce que 5 ou 6 « blockbusters » occupent - à eux seuls - les 4/5 des écrans disponibles dans les marchés directeurs des grandes villes. Cette situation d'éviction des films indépendants est aggravée par les **pratiques de certains gros distributeurs qui ne cèdent l'exploitation de leurs films « porteurs » qu'en échange d'une acceptation par l'exploitant d'un « package »** avec d'autres films, souvent moins porteurs. La mission de médiation d'expertise relative à la condition de sortie des films en salles (Jean-Pierre Leclerc, mai 2006) précise que « d'un côté les films porteurs, ou supposés tels, sortent sur plusieurs

centaines de copies (...). À l'autre extrémité **222 films (soit 42% des films sortis) ont enregistré chacun moins de 20 000 entrées. Ils ont attiré au total, 1,45 million d'entrées, soit moins de 1% de la fréquentation totale. Il faut observer également que ce ne sont pas ces films (qui représentent 40% des titres en moyenne depuis 1996 et qui regroupent à peine 4% des copies) qui encombrant les écrans et qui nuisent à la sortie de leurs concurrents** ».

- **Un « effet entonnoir » inégalitaire, qui asphyxie les films à petits budgets de sortie.** Beaucoup de « films fragiles » se bousculent dans les rares salles non programmées par les circuits, ce qui contraint les distributeurs indépendants à se livrer une lutte fratricide pour les quelques écrans disponibles. Certaines semaines, il n'est pas rare qu'une douzaine de films d'auteurs sortent en même temps. **Impossible à l'exploitant indépendant de bien exposer tous ces films à la fois.** Les chiffres de décrochage hebdomadaire par copie ne sont pas équivalents selon les films . **Il n'est pas rare dans ce contexte de voir des films sortis sur plusieurs centaines de copies avoir des chiffres de fréquentation par copie inférieurs à ceux du film « fragile » voisin (sorti sur 2 ou 3 salles), qui sera néanmoins décroché de l'affiche malgré son score supérieur ! Ceci constitue une inégalité, qui devrait être sanctionnée par le Conseil de la Concurrence.**
- **D'où un « turn-over mortifère » :** Au manque d'espace se juxtapose le manque de temps. **Le public est le grand perdant de cette vitesse de rotation des films :** à peine commence-t-il à entendre parler d'un film, qu'il n'est déjà plus à l'affiche. Cette valse infernale ne permet plus aux films d'exister dans la durée, **avec le bouche-à-oreille, plutôt qu'avec des moyens de promotion massifs**, inabordables pour la plupart des distributeurs.
- **L'inflation du nombre de copies :** Depuis 10 ans, le nombre de copies a augmenté de 87%. Cette progression doit être appréciée au regard de l'accroissement du nombre de films (+39%), de la surface d'exposition qui leur est accordée (+35%) et du nombre d'écrans supplémentaires (+15%). Il y a eu en 2006 82 200 copies qui ont circulé, avec une moyenne de 143 copies par film. Face à cette inflation du nombre de copies, les distributeurs ont de plus en plus de mal à maintenir les films en salles, les chiffres du dimanche soir sont alors le seul critère pour faire le tri. Ce critère est loin d'être toujours

pertinent : un film d'auteur, exposé par un petit distributeur avec des frais d'édition limités, sera retiré de l'affiche avant un « blockbuster » concurrent sorti par un circuit intégré alors que, dans la durée, ce « petit film » aurait cumulé plus d'entrées par copie grâce au bouche-à-oreille... **Rappelons que d'un point de vue économique, cette multiplication du nombre de copies n'est absolument pas rationnelle, car elle conduit à de très mauvais ratios entrées / copies. Les chiffres donnés par le CNC indiquent qu'en 10 ans, cet indice a perdu 31%, la moyenne d'entrées / copie était de 3278 en 1997, contre 2250 en 2006. De même, à surface d'exposition équivalente, la performance moyenne des films a très fortement reculé au cours de ces dix dernières années. Ainsi, un film qui bénéficiait d'une sortie entre 700 et 800 copies réalisait en moyenne 3 millions d'entrées jusqu'en 2004. Depuis 2005, cette catégorie de films enregistre en moyenne 2,4 millions d'entrées et passe en dessous du seuil des 2 millions en 2006. Le phénomène est équivalent sur les autres catégories de sorties.**

Il nous apparaît essentiel d'arrêter cette rotation accélérée des films, qui met en danger la diversité culturelle, en empêchant à beaucoup de films d'exister et d'être accessibles aux spectateurs – ce qui leur retire l'habitude de voir certains films et à plus long terme le besoin et l'envie de goûter à ces films différents, un peu moins formatés...

Il pourrait s'agir, comme le préconise le rapport Brault de 1989 (pages 32 et 33) : « (...) de limiter à 25% la part de marché de toute entreprise ou groupe d'entreprises, quelle que soit la forme de leur association. Cette limitation serait vitale à Paris et dans sa banlieue, mais pourrait aussi être utilement assurée dans les grandes agglomérations. **Cela pourrait signifier, par exemple qu'aucun film ne puisse, à lui seul, occuper plus de 25% de temps disponibles des écrans d'une « zone de chalandise » donnée. Et donc que le médiateur, saisi par un distributeur indépendant, ait le pouvoir réglementaire de déprogrammer des écrans de circuits pour laisser de la place, le cas échéant, à d'autres sorties de films indépendants ».**

Il faut ajouter aux éléments cités plus haut une **augmentation sans précédent, ces 10 dernières années des coûts de sortie des films** : l'économie de la distribution, qui a longtemps été une économie de coûts variables, est devenue au cours de ces dernières années

une économie de coûts fixes. Ceci se traduit par :

- Une **inflation des frais d'édition**, tout se jouant désormais sur les campagnes promotionnelles. Or, face à la force de frappe des filiales des chaînes TV et des groupes intégrés, il est de plus en plus difficile, pour les films indépendants, d'avoir une couverture médiatique suffisante pour exister.
- Une **commercialisation croissante des leviers de promotion** : Ainsi, le montant des investissements publicitaires bruts dans les salles est passée de **2,75 millions d'euros en 1998 à 54 millions d'euros en 2006** (selon le rapport du CNC sur la promotion des films) ! Cela est dû à la **généralisation des passages payants des films-annonces**, hors régie publicitaire, dont la recette est encaissée directement et exclusivement par les circuits, sans aucun lien avec la programmation. Cela est également dû à la **multiplication des espaces d'affichage payant dans les salles**.
- La concentration verticale, qui fait que beaucoup d'exploitants sont également distributeurs et producteurs, complique l'accès aux salles pour les autres films ; le ticket d'entrée à payer pour l'indépendant devient de plus en plus cher et lui fait prendre des risques économiquement dangereux. Se posera donc rapidement (c'est déjà le cas) la mise en production des films indépendants.

Ce cocktail explosif conduit à la situation suivante : **chaque semaine, 2 ou 3 films bénéficient de stratégies de monopolisation des espaces (publicitaires, éditoriaux, d'exposition dans les salles), tandis que la dizaine d'autres ne peut que s'appuyer sur un contenu éditorial fort, ou espérer un bouche-à-oreille suffisant pour tenir plus d'une semaine ou deux en salles**. La surenchère alimentée par les grands groupes (majors américaines, filiales des chaînes de télévision, distributeurs affiliés aux groupes d'exploitation nationaux) rend la promotion inabordable pour les véritables distributeurs indépendants. **C'est donc bien d'une stratégie d'exclusion des concurrents dont il s'agit !**

En conclusion, on assiste à une **baisse de la durée moyenne d'exposition des films en salle** (inférieure aujourd'hui à 3 semaines et demie) et une **rotation accélérée des films**. Ce **contexte menace directement la diversité cinématographique** puisque aujourd'hui

l'accélération temporelle conduit à l'existence de deux mécanismes destructeurs de valeur :

- **une surexposition de certains films** : trop de copies réduit la rentabilité par copie et accélère donc la réduction du cycle de vie et crée un phénomène d'éviction.
- **une sous exposition d'autres films** : de nombreux films n'atteignent pas la taille critique leur permettant d'accéder au public ou n'ont pas le temps d'augmenter leur pénétration du marché. (50% des films sortent sur moins de 50 copies).

Ainsi, **54% des films font moins de 50 000 entrées en 2006**, et 476 films sortis en 2006 (sur 576) se partagent 23,5% des entrées, le bouche-à-oreille n'ayant plus le temps de s'installer.

La question du soutien public aux salles : les salles indépendantes, garantes de la diversité culturelle

Face au contexte décrit plus haut, il nous semble important de souligner que les salles indépendantes font un travail de recherche, de découverte, d'animation auprès de leur public vital pour le renouvellement et la diversité de l'industrie cinématographique dans son ensemble : travail auprès du jeune public, animations, soirées débats, projections de court métrage, invitation de réalisateurs ou des équipes des films... Ces salles étant également celles qui travaillent sur la durée, qui laissent le temps aux films de s'installer, qui ont des animateurs jeune public, etc..

Le travail d'une telle salle n'est donc pas de même nature que celui d'une salle de circuit, de même qu'**une librairie de proximité ne fait pas le même travail qu'un supermarché avec la littérature !**

Les subventions publiques territoriales ou le soutien sélectif du CNC sont indispensables pour aider ce travail d'animation, de terrain, de recherche et de formation de nouveaux publics, qui n'est pas mené par les salles qui restent sur le seul terrain commercial.

Il nous apparaît extrêmement important de continuer à aider ces salles indépendantes, et ce pour deux raisons :

- **Le poids des salles indépendantes est essentiel dans l'économie des distributeurs indépendants, et - par voie de conséquence - dans le renouvellement d'une diversité de l'offre cinématographique pour la bonne santé de l'ensemble de l'industrie cinématographique.** Aucune industrie, quelle qu'elle soit (pharmaceutique, automobile, culturelle...), ne peut se passer de re-dynamiser son offre : trouver des nouveaux auteurs, des nouveaux comédiens, des nouvelles écritures et nouveaux sujets... qui demain seront au cœur de l'industrie. **En s'attaquant aux salles indépendantes, les circuits scient la branche sur laquelle est assis le cinéma français.**

Voici quelques chiffres communiqués par DIRE sur les entrées réalisées par les distributeurs de DIRE, et qui sont éclairants sur le travail réalisé par les salles indépendantes :

Broken Flowers : 1 028 386 entrées, 46% circuits / 54% indépendants

Le Caïman : 243 161 entrées, 34% circuits / 66% indépendants

Persepolis : 1 200 000 entrées, 48% circuits / 52% indépendants

Le vent se lève : 965 000 entrées, 32% circuits / 68% indépendants

Azur et Asmar : 1 800 000 entrées, 30% circuits / 70% indépendants

Le voyage en Arménie : 273 000 entrées, 20% circuits / 80% indépendants

Golden Door : 228.000 entrées, 32% circuits / 68% indépendants

Vipère au poing : 1 207 000 entrées, 39% circuits / 61% indépendants

Je ne suis pas là pour être aimé : 292 000 entrées, 29% circuits / 71% indépendants

2 days in Paris : 256 000 entrées, 40% circuits / 60% indépendants

- **Ces salles constituent un maillage culturel du territoire unique au monde** : 75% des établissements sont situés dans des zones rurales de moins de 20 000 habitants et 62% de ces structures sont art et essai. Si l'on arrête de soutenir ces salles, que reste-t-il du maillage culturel du territoire ? Les chiffres du CNC indiquent qu'il y a 370 salles municipales répertoriées (sur un total de 5300 écrans), elles sont implantées à 80% dans des zones rurales désertes où aucun exploitant privé ne peut espérer gagner de l'argent ! Pour le reste, la France compte également 883 salles exploitées par des associations, là aussi dans des zones difficiles, et qui ont été désertées par les exploitants privés. **Ces salles existent parce qu'il y a eu à un moment une volonté politique** de maintenir des salles dans des endroits non évidemment rentables. Aujourd'hui, alors qu'un public a été fidélisé, par exemple comme à Montreuil, il faudrait qu'UGC puisse s'y (ré)installer ?

Les « grands circuits » touchent eux aussi du soutien public et des subventions

Dans un article paru le 17 octobre dans *Le Figaro*, Paule Gonzalès égrène les aides accordées par la Mairie de Paris à MK2 « depuis le 1,5 million d'euros dont la moitié aurait permis l'aménagement d'espaces publics au MK2 Bibliothèque, à la concession Quai de Seine sans mise en concurrence en contrepartie de l'installation d'un cinéma Quai de Loire. Sans oublier

une aide à la rénovation de 40 000 euros pour les salles de Nation ». Est ce qu'il ne s'agit pas là de soutien public de plusieurs millions d'euros ?

D'autant que la réforme Art et Essai de 2002, basée sur un indice automatique comptabilisant la proportion de séances Art & Essai au regard des séances totales offertes, a favorisé la grosse exploitation. Le MK2 Beaubourg touche ainsi 80 000 € du CNC, en aides sélectives, dans un contexte urbain très favorable (le centre de Paris). En revanche, un mono-écran de banlieue difficile bénéficiant des trois labels Art et Essai (Jeune Public, Répertoire, Recherche) ne pourra pas recevoir un soutien supérieur à 20 000 €.

De même, les salles des circuits touchent du soutien automatique, alimenté par les droits générés par un pourcentage de la taxe spéciale perçue sur le prix du billet d'entrée. Les sommes inscrites sur ce compte permettent au propriétaire du fonds de commerce de l'établissement ou à son exploitant de se faire rembourser des travaux et investissements effectués pour l'exploitation cinématographique.

Or la mise en communauté d'intérêts de ce soutien automatique (public) se fait au profit de la concentration et pour financer la construction des multiplexes. Comme le préconisait le **rapport Brault dès 1989**, ne faudrait-il pas (page 50) « cesser d'encourager la concentration par les modalités de mobilisation des droits à soutien (automatique) »: « En permettant de reporter d'une salle à l'autre d'un même groupe les droits à soutien capitalisés, on favorise l'investissement des exploitants qui sont déjà les plus concentrés. Cette pratique, dite de « mise en communauté d'intérêts », permet en effet à ceux qui exploitent de nombreuses salles de regrouper leurs droits respectifs à un soutien au profit d'un petit nombre d'entre elles, ou - à la limite - d'une seule salle (...). Combiné avec le régime des avances sur droits, ce mécanisme fait assurer une partie de la trésorerie des grands investisseurs par leurs petits concurrents. (...) Le double effet de la concentration et de l'iniquité de ce système purement prétorien justifie qu'il soit réformé pour ne plus accentuer le déséquilibre des forces sur le marché cinématographique, sans compromettre pour autant son effet de soutien à la modernisation du réseau ». **Ne serait-il pas opportun, dans le cadre de la mission « Droit de la concurrence et cinéma » de proposer enfin un plafonnement, par exemple à 60 écrans maximum, de cette « mise en communauté d'intérêt » ?**

La question de la tarification des places : à propos de la rémunération des ayants droits

Il est actuellement beaucoup reproché aux salles municipales subventionnées (cf. affaire Méliès) de pratiquer des tarifs plus bas, qu'elles pourraient se permettre grâce aux subventions obtenues. Rappelons tout d'abord que :

- Les salles indépendantes proposent de nombreuses séances d'éducation à l'image et pour lesquelles le CNC impose des tarifs bas (par exemple, **2,5€ pour « Lycéens au cinéma »**). Ces chiffres sont comptabilisés dans les moyennes annoncées, et cela contribue donc à faire baisser le tarif moyen des salles indépendantes qui participent à de tels dispositifs.
- D'autre part, les subventions municipales sont souvent utilisées pour rémunérer du personnel qualifié (un animateur jeune public par exemple), et faire en sorte que ces séances relèvent réellement de l'éducation artistique, et pas seulement de la simple consommation d'images.
- Le Conseil de la Concurrence a toujours affirmé que le tarif du billet pouvait être déterminé librement par l'exploitant : personne n'a obligé les grands groupes à augmenter leurs tarifs, pour atteindre jusqu'à 10 euros dans certaines salles ! La réalité est aussi **qu'UGC a considérablement augmenté le montant de ses « pleins tarifs » depuis l'arrivée de la Carte Illimitée (+9% en 5 ans), afin de pouvoir mieux valoriser, et donc vendre, la carte illimitée.** Par ailleurs, le prix de référence des cartes d'abonnement illimité qui est à la base de la recette du distributeur sur les entrées correspondantes est resté le même depuis la création de ces formules, alors même que le prix des cartes a augmenté de plus de 30% (**le prix de référence est gelé à 5,03€ depuis 2000, ce qui correspond au prix moyen de la place de cinéma en 1991**).

Par ailleurs, en tant que créateurs, et donc ayants droits, il nous semble primordial de rappeler que les recettes ne sont pas forcément plus basses pour le distributeur et donc l'ayant droit dans les salles indépendantes :

- **Les films sont exposés plus longtemps dans les salles indépendantes**, les cartes d'abonnement au cinéma imposant aux circuits de « servir des produits frais » à leurs spectateurs, ce qui conduit à une rotation accélérée des films.

- Les salles indépendantes, contrairement aux multiplexes, **ne pratiquent pas de baisse de pourcentage dès la 2^e semaine**, ce qui en revanche est très souvent le cas dans les circuits : 45%, puis 40%, jusqu'à atteindre parfois 30%, si le film a « la chance » de rester sur les écrans du circuit. Ainsi, **il est fréquent qu'une salle de circuit ayant un prix moyen guichet supérieur à la salle concurrente remonte au distributeur une recette moyenne par spectateur inférieure à ce même concurrent sur l'ensemble de la durée d'exploitation d'un film.**
- Dans les salles indépendantes, le distributeur n'a pas à dépenser en moyenne 200 000 € par an, pour payer les emplacements publicitaires et les bandes-annonces. Ces recettes de promotion qui reviennent directement à l'exploitant **ne sont en aucune manière prises en compte dans la rémunération des ayants-droits, et ne font l'objet d'aucune redistribution.**
- **Les salles indépendantes ne considèrent pas les films comme de simples produits d'appel pour vendre de la confiserie.** Selon des informations publiées dans le Hors Série « Côté Cinéma » de mai 2007, consacré à la confiserie, les recettes de confiserie peuvent représenter jusqu'à 20% de la recette nette globale d'un cinéma, la marge de la confiserie étant de 50%, et la contribution de la confiserie au résultat annuel peut être de 60%. En fonction de la taille de l'exploitation, la moyenne d'achat de confiserie par spectateur va de 0,50€ à 2€. Les films, dans cette acceptation, deviennent de **simples « produits d'appel » pour la vente de confiserie sans que jamais cela ne contribue au financement du Compte de Soutien cinéma. Il nous paraît indispensable d'inclure les recettes de publicité et de confiserie dans l'assiette de la TSA à l'instar de l'assujettissement des SMS et de la publicité pour les diffuseurs TV.**

Quid des abus de position dominante perpétrés par les grands circuits ?

L'abus de position dominante se définit comme **l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou sur une partie substantielle de celui-ci.** A notre sens, l'alliance récente **entre MK2 et UGC** relève de cet abus de position dominante, car les deux structures représentent à elles deux **55% des entrées à Paris et 44% des écrans parisiens :**

- « On peut dire, sans forcer le trait, que chaque lundi matin, deux programmeurs dont les qualités ne sont pas contestées, disposent d'un droit de vie et de mort sur les films en instance de sortie » (mission d'expertise de Jean-Pierre Leclerc, mai 2006). Les circuits intégrés sont, de plus, juges et parties, puisque également producteurs et distributeurs de leurs films qu'ils privilégieront donc nécessairement dans leurs circuits de salles respectifs. Régine Vial, distributrice aux « Films du Losange », reconnaît ainsi que si ses films ne sont pas programmés au MK2 Quai de Seine/ Quai de Loire, au MK2 Bibliothèque, à l'UGC Ciné Cité Les Halles et à l'UGC Ciné Cité Bercy, ils sont « morts nés ».

- De même, les distributeurs indépendants, **s'ils souhaitent que leurs films soient programmés dans les UGC à Paris, sont obligés de donner également leurs films aux UGC en province**, même s'il serait plus pertinent de les programmer dans une salle art et essai voisine.

Les propositions SRF / ACID face à ces constats

Face à ces constats, la SRF et l'ACID ont travaillé ensemble à l'élaboration d'un certain nombre de propositions :

A. Exploitation

La limitation des copies

- Par bassin de population, en instaurant par exemple un médiateur distributeur. Il aurait qualité à formuler des injonctions de déprogrammation de salles dans les cas où un film occupe à lui seul plus de 25% des écrans disponibles dans un même quartier directeur ou bassin de population déterminé.
- Au niveau de l'engagement de programmation, il faudrait que les multiplexes n'aient pas le droit de présenter le même film sur plus d'un écran.

Soutien automatique aux salles

Le soutien automatique aux salles doit être conditionné à leur comportement envers les distributeurs et les spectateurs. On pourrait imaginer une sorte « d'agrément exploitation », dans la même logique que l'agrément production, ou encore une charte de bonne conduite.

Quelques exemples

- Engagements de programmation de films français, européens et des cinématographies du Sud ;
- Engagements de diffusion de matériels promotionnels **gratuits** : diffusion gratuite des bandes-annonces et des préventifs des films qu'ils vont passer ;
- Engagement d'une définition contractuelle préalable des conditions d'exploitation commerciales des films sur une période déterminée variable selon les films ;
- Engagement à diffuser des films disposant de combinaisons de copies réduites ;
- Engagement à exploiter les films dans la durée, par exemple au-delà des 4 premières semaines de sortie nationale.

Soutien sélectif

Il nous semble important de limiter le soutien automatique et de renforcer le soutien sélectif aux salles qui passent des œuvres originales et qui contribuent à la diversité et au renouvellement du cinéma et du public.

En ce qui concerne la recommandation des films « Art et Essai » :

Pondérer le critère « Art et Essai » par un « coefficient industriel »

Ce « coefficient industriel » permettrait de moduler, de manière automatique, le soutien versé aux salles art et essai, en fonction du nombre de copies des films recommandés art et essai programmés par ces salles. Cette proposition, soutenue également par le Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma, vise à encourager les exploitants à programmer plus fréquemment et plus longtemps les films art et essai les plus confidentiels.

Le barème que nous proposons est le suivant :

- films dont le nombre de copies distributeur est inférieur à 50 : coefficient de 2
- films dont le nombre de copies distributeur est compris entre 50 et 120 coefficient de 1,5
- films dont le nombre de copies distributeur est supérieur à 120 : coefficient de 1

Cesser de comptabiliser, pour la classification des salles, les films dépassant le million d'entrées (en un nombre déterminé de semaines).

Notre but n'est pas, bien sûr, de pénaliser les producteurs, les distributeurs et les exploitants, qui, par leur travail, ont permis à une œuvre de devenir un succès commercial. Mais, dans la mesure où les salles, programmant ce genre de succès, bénéficient déjà des retombées financières des entrées, *il nous semble que le soutien public n'a pas vocation à apporter une prime supplémentaire.*

Instituer un « fonds d'initiative culturelle »

Ce fonds pourrait s'adresser aux salles organisant régulièrement un accompagnement des films par les réalisateurs et/ou un membre de l'équipe du film pour une prise en charge à 50% des frais de transports (pour les salles les plus éloignées) et de « cachets d'intervention » rendus nécessaires par la précarité accrue des réalisateurs et comédiens depuis la modification

du régime d'assurance chômage des intermittents du spectacle. Ce fonds pourrait également être sollicité pour améliorer les bulletins d'information des salles indispensables pour fidéliser les publics.

B. Pour accroître le financement du fonds de soutien

- Inclure les recettes de publicité et de confiserie dans l'assiette de la TSA à l'instar de l'assujettissement des SMS et de la publicité pour les diffuseurs TV.
- Définir de nouvelles règles du jeu pour limiter « la mise en communauté d'intérêt du fonds de soutien » (au-delà par exemple de 60 écrans possédés par un même groupe).
- Porter la contribution de la vidéo (DVD et VOD) au compte de soutien à 5,5%

C. Distribution

Définir clairement le statut de distributeur indépendant

Un distributeur indépendant ne doit pas être lié à une chaîne de télévision ni à un circuit national de salles ni à un groupes de télécommunications. La répartition des aides doit aller prioritairement aux distributeurs indépendants.

L'aide sélective du CNC à la distribution

Il faut renforcer l'aide sélective à la distribution. C'est elle qui permet l'émergence d'une diversité et le renouvellement du cinéma.

Conclusion

L'histoire du cinéma est jalonnée de films ayant été des échecs commerciaux à leurs sorties, de films qui ont eu besoin de temps pour rencontrer les spectateurs. A sa sortie, *La règle du jeu* de Jean Renoir ne rencontra qu'incompréhension et rejet du public et demeura fort longtemps un film maudit.

Faut-il aussi rappeler que les cinéastes dont les films aujourd'hui sont bien exposés et rencontrent un large public, ont débuté avec des œuvres tirées sur un faible nombre de copies et mises en avant par des exploitants indépendants et courageux. Par exemple, lorsque l'ACID s'est créée, les deux premiers réalisateurs qu'elle a soutenue sont Manuel Poirier (*La petite amie d'Antonio*) et Lucas Belvaux (*Parfois trop d'amour*) sortis chacun sur un écran à Paris. Que de chemin parcouru par ces deux auteurs depuis lors !

On pourrait dire la même chose des films d'**Arnaud Desplechin** (de *La Vie des Morts* à *Rois et Reine*), de Robert Guédiguian (de *A la vie à la mort !* à *Marius et Jeannette* ou *Le promeneur du champ de Mars*), de **Cédric Klapisch**, (de *Riens du tout* aux *Poupées Russes*), des **frères Larrieu** (de *La Brèche de Roland* à *Peindre ou faire l'amour*), d'**Emmanuel Mouret** (distribué hier par Shellac et aujourd'hui par TFM), de **François Ozon** (de *Sitcom* à *8 femmes* ou *Swimming Pool*), de **Nicolas Philibert** (2 millions d'entrées avec *Etre et avoir*), de **Pierre Salvadori** (des *Apprentis* à *Hors de prix*, 2,5 millions d'entrées en France), de **Christian Vincent** (de *La Discrète* à *Quatre Etoiles*).

Ainsi, quand un réalisateur rencontre le succès public, on oublie peut-être un peu vite le parcours moins commercial de ses premières œuvres, qui lui ont permis et de se construire comme cinéaste et de construire peu à peu son propre public... Il en va de même avec les récompenses des César, qui ont mis récemment dans la lumière **Gilles Porte** (*Quand la mer monte*, 2 César dont celui du Meilleur Premier Film), **Abdellatif Kechiche** (*L'Esquive*, quatre César dont celui du meilleur film et celui du meilleur réalisateur), ou encore **Pascale Ferran** (5 César dont celui du meilleur film), dont le film *Lady Chatterley*, qui avait été extrêmement complexe à monter, a doublé ses entrées après avoir eu ces récompenses.

QUI SOMMES-NOUS ?

À PROPOS DE L'ACID (ASSOCIATION DU CINEMA INDEPENDANT POUR SA DIFFUSION)

L'Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion a été créée en 1992 par des cinéastes qui refusaient la perspective d'un cinéma régi par un modèle unique, excluant progressivement toute expression et toute diffusion cinématographique indépendante. Il apparaissait en effet clairement que le cinéma était de plus en plus ramené, selon les stratégies économiques des grands de la communication, au rôle de « produit d'appel » tenu de répondre à un certain nombre d'impératifs qui le vident à terme de ses significations essentielles : culturelles, morales, esthétiques ou encore sociales...

La force du travail de l'ACID est avant tout son idée fondatrice unique : le soutien par des cinéastes de films d'autres cinéastes, français ou étrangers. L'association promeut ainsi depuis quinze ans la diversité de la création cinématographique et œuvre à la rencontre en salles entre les œuvres, leurs auteurs et le public.

Chaque année, l'ACID soutient ainsi chaque année entre 20 et 30 longs-métrages, fictions et documentaires. Ce soutien débute en amont de la sortie par la rédaction de textes sur les films par des cinéastes. Ces textes, libres de droits, sont téléchargeables par les exploitants et le grand public sur le site internet. L'ACID se charge ensuite de la promotion du film auprès des exploitants et aide à la programmation d'environ 150 salles indépendantes. A la sortie du film, l'ACID peut tirer des copies supplémentaires avec l'ADRC et éditer des documents d'accompagnement avec la CCAS. L'ACID organise ensuite et prend en charge environ 150 débats avec les cinéastes, les scénaristes, les comédiens, les compositeurs dans les salles françaises, les festivals ainsi que dans une vingtaine de lieux partenaires à l'étranger.

LES ELUS

Membres du bureau : Pascal DEUX, Co-Président • Dominique BOCCAROSSA, Co-Président • Béatrice CHAMPANIER, Trésorière • Gilles PORTE, Secrétaire général • Daisy LAMOTHE - Secrétaire adjointe

Membres du Conseil d'Administration : Mariana OTERO • Pierre SCHOELLER • Jean-Pierre THORN • Cécile VARGAFTIG • Marie VERMILLARD

A PROPOS DE LA SRF (SOCIETE DES REALISATEURS DE FILMS)

C'est en 1968 qu'une vingtaine de réalisateurs, parmi lesquels Jacques Rivette, Robert Bresson, Claude Berri, Jacques Rozier et bien d'autres encore, créent la SRF. L'année suivante, ils inventent en marge du Festival de Cannes, la Quinzaine des réalisateurs. La SRF s'est donné pour mission «de défendre les libertés artistiques, morales, professionnelles et économiques de la création et de participer à l'élaboration et à l'évolution des structures de cinéma».

La SRF représente les réalisateurs dans les commissions du CNC (agrément, classification des œuvres, cartes professionnelles), dans les conseils d'administration du Festival de Cannes et d'Unifrance. Elle détient la co-présidence du BLOC (Bureau de liaison des organisations du Cinéma) et du ROC (Regroupement des Organisations du Court), ce qui l'amène à participer à l'ensemble des négociations et réflexions concernant le cinéma.

Elle est membre de la Coalition française pour la diversité culturelle et de la FERA (Fédération européenne des réalisateurs de l'audiovisuel).

Depuis 1969, la SRF organise la « Quinzaine des Réalisateurs ». Ce festival, en marge du Festival de Cannes, est aujourd'hui internationalement reconnu, a révélé, au fil de ses éditions, de nombreux talents : Théo Angelopoulos, Denys Arcand, Youssef Chahine, Stephen Frears, Werner Herzog, Otar Iosseliani, Georges Lucas, Martin Scorsese mais aussi Pascal Bonitzer, Bruno Bontzolakis, Laurent Bouhnik, Dominique Cabrera, Catherine Corsini, Pascale Ferran, Laurence Ferreira-Barbosa, Claire Simon...

Depuis 2004, La SRF a créé « Les Rencontres du moyen métrage de Brive ».

LES ELUS

Coprésidents : Cédric Klapisch, Pierre Salvadori, Christian Vincent

Secrétaire : Malik Chibane • **Secrétaire adjoint** : Fabrice Genestal

Trésorier : Jacob Berger • **Trésorier adjoint** : Stéphane Brizé

Délégué au court-métrage : Bruno Rolland • **Délégué au BLOC** : Jean-Henri Roger

Délégué au documentaire : Denis Gheerbrant • **Délégué à l'international** : Michel Andrieu

Les autres membres du conseil d'administration sont : Marie Donnio, Eric Guirado, Agnès Jaoui, Alanté Kavaité, Servane Py, Katell Quillévéré, Sandrine Ray