

Cinéma européen à l'ère numérique

2014/2148(INI) - 15/05/2014 - Document de base non législatif

OBJECTIF : présentation d'une communication intitulée «Le cinéma européen à l'ère numérique : Associer la diversité culturelle et la compétitivité».

CONTEXTE : le monde entier rend hommage au patrimoine cinématographique européen. Toutefois, la plupart des films européens n'atteignent pas la totalité de leur public potentiel en Europe, et moins encore sur le marché mondial. Pour la plupart, les films restent sur les marchés nationaux ou ne parviennent même pas à trouver de canaux de distribution au plan local.

Dans ce contexte, la révolution numérique offre plus de possibilités et de souplesse pour la distribution et a une incidence fondamentale sur les habitudes des spectateurs. Il est donc primordial de s'adapter à l'ère numérique et d'utiliser son potentiel pour conserver les publics existants et en atteindre de nouveaux, ainsi que pour créer des passerelles entre la diversité culturelle et la compétitivité.

La présente communication présente à cet effet un état des lieux de l'évolution récente du secteur cinématographique et **recense les défis actuels à relever dans le cadre des politiques publiques ayant une incidence sur ce secteur.**

Elle met également en évidence **les instruments existants de l'UE** pouvant contribuer au processus d'adaptation à ces problématiques.

OBJECTIF : la communication a pour objectif global **d'améliorer la complémentarité entre les politiques des États membres et de l'Union** dans le domaine du patrimoine cinématographique et de sa promotion. Elle promeut en particulier des orientations communes destinées à mieux saisir les opportunités et à relever les défis liés au passage au numérique, tout en tenant compte de la diversité culturelle et linguistique et de la variété des paysages audiovisuels nationaux.

Elle souligne notamment la nécessité d'un effort conjoint pour renforcer **l'efficacité globale des outils de financement existants**, en vue d'assurer la compétitivité et la diversité du secteur cinématographique européen.

Les grandes tendances : au sein de l'UE, les films européens représentent en moyenne 62,52% des sorties en salle et 32,9% des entrées. Les recettes aux guichets et les entrées des films européens sont nettement inférieures à celles des productions américaines. La communication souligne en outre que seule, **une petite minorité de films européens sortent en salle en dehors de l'Europe** (8% en 2010).

Parallèlement, la télévision demeure la plateforme la plus répandue pour regarder des films. En 2011, 41% des 122.000 longs métrages diffusés à la télévision en Europe étaient des films européens. Alors que les DVD sont en baisse, **la vidéo à la demande** devrait se développer considérablement au cours des prochaines années. En 2012, le marché de la vidéo à la demande avait ainsi enregistré un taux de croissance de 59% en Allemagne et de 14,7% en France.

La communication indique par ailleurs que la fréquentation des salles de cinéma est restée stable ces dernières années, mais que **les Européens se rendent au cinéma moins d'une fois par mois** (39% d'entre eux n'allant jamais au cinéma). Outre le cinéma, les Européens regardent également des films sur les chaînes non cryptées (79% de la population) et sur des DVD (67%).

En ce qui concerne **le visionnage mobile**, ce secteur est appelée à devenir un marché important, en particulier parce que les spectateurs s'attendent de plus en plus à pouvoir visionner des contenus à tout moment, partout et sur tout support. Le visionnage moyen de vidéos en ligne par spectateur, bien qu'encore relativement peu élevé, s'est accru de 155% à 200% sur la période 2008-2011.

Difficultés du secteur cinématographique : la communication pointe les faiblesses structurelles du secteur qui l'empêchent d'atteindre le public le plus large:

- **une fragmentation de la production et du financement** : le secteur cinématographique européen est composé principalement de petites et microentreprises s'appuyant sur des actifs immatériels limités. La grande majorité des films européens ne sont pas rentables et ne permettent pas d'amortir les investissements réalisés. Il est donc difficile pour les entreprises européennes de devenir stables. En outre, le système complexe de financement de la production cinématographique est remis en cause par les changements survenus avec l'arrivée des technologies numériques;
- **incitations limitées pour internationaliser les projets** : de manière générale, le secteur cinématographique ne mobilise pas des financements appropriés pour les projets dans une optique internationale. Par conséquent, les projets ont tendance à cibler un public local. Le potentiel que représentent les **coproductions** pour accroître le rayonnement d'un film pourrait être mieux exploité; trop de coproductions manquent encore d'une stratégie claire de distribution dans les pays concernés et au-delà;
- **plus de fonds pour la distribution et la promotion** : l'accent mis sur la sortie en salle et la diffusion fait passer au second plan le potentiel de distribution sur toutes les plateformes possibles. La rigidité du système actuel de fenêtres de mises à disposition (passage des films du cinéma vers d'autres supports de visionnage) empêche le développement et l'utilisation de nouveaux modèles commerciaux et de stratégies de mise à disposition innovants;
- **un passage trop lent au numérique** : l'Europe accuse un certain retard sur le plan de la numérisation : seul 1,5% du patrimoine cinématographique a été numérisé. Cette situation est due à l'absence de financement et à des coûts élevés (tant sur le plan financier qu'en termes de temps) pour l'affranchissement des droits;
- **des lacunes entrepreneuriales** : la formation initiale des professionnels du cinéma ne fournit généralement pas les compétences commerciales et entrepreneuriales nécessaires. Les liens entre les écoles de cinéma et le monde professionnel sont ténus et la formation n'offre toujours pas suffisamment de possibilités d'acquérir des contacts internationaux.

Les propositions de la Commission : un effort concerté à tous les niveaux serait nécessaire pour surmonter ces faiblesses structurelles. Une série de mesures sont ainsi proposées qui peuvent se résumer comme suit:

1) Revoir le cadre de financement : une industrie cinématographique européenne prospère a besoin d'un rééquilibrage des dépenses entre la production, la distribution et la promotion de films, et des progrès doivent être accomplis pour : i) **renforcer les régimes de financement public en optimisant la valeur ajoutée globale des fonds octroyés** par exemple en veillant à ce que le projet soit développé de manière à toucher son public cible ou en faisant en sorte que les projets financés par des fonds publics soient accompagnés d'une stratégie de distribution et de commercialisation élargie. À cet égard le nouveau [programme MEDIA](#) pourrait utilement contribuer à cet objectif ; ii) **mieux faire participer de nouveaux acteurs dans la chaîne de valeur** comme par exemple Netflix qui pourrait investir dans le contenu original, principalement dans les séries, mais également dans d'autres genres comme les documentaires et les monologues comiques (*stand-up comedies*) ; iii) **permettre l'accès aux financements privés au moyen d'instruments financiers de l'UE** comme par exemple les fonds de garantie permettant d'ouvrir l'accès aux financements privés, comme prévu par le [programme COSME](#);

2) Mettre en place un environnement innovant : l'évolution rapide du secteur requiert une souplesse suffisante pour permettre aux opérateurs d'expérimenter de nouveaux modèles commerciaux et approches. La souplesse est tout particulièrement requise concernant les fenêtres de mise à disposition (ex. après la diffusion en salles, pour les vidéos à la demande et les diffusion en ligne) pour mettre à l'épreuve, élaborer et utiliser d'autres **stratégies de mise à disposition adaptées aux différents types de films**, et maximiser les complémentarités des différentes plateformes afin d'atteindre les publics. Cela pourrait permettre d'obtenir une part d'audience supplémentaire pour les films européens et maximiser l'effet des efforts de commercialisation. La sortie en salle simultanée ou plus coordonnée dans les différents pays ou un accès plus rapide aux services en ligne pourraient également être envisagés.

3) Renforcer l'environnement créatif : la coopération entre les écoles de cinéma européennes (sur les programmes d'études ou la mobilité) et les partenariats créatifs entre les écoles et le monde professionnel doivent être encouragés. L'objectif devrait être de **promouvoir une meilleure adéquation de la formation et des compétences** par rapport aux besoins de l'industrie (y compris l'esprit d'entreprise, les TIC, la publicité et les compétences commerciales). Il s'agirait également de doter la partie créative de l'industrie d'une perspective plus internationale en termes d'audience. Il conviendrait également d'encourager la coopération créative avec des secteurs connexes (fiction télévisée, jeux vidéo, cross-média, etc.).

Enfin des mesures sont prévues pour **élargir le public cible**. Des informations sur les préférences du public et le comportement des consommateurs permettraient de mieux cibler les facteurs pouvant contribuer au succès d'un film.

Il est également nécessaire de **promouvoir la visibilité des films européens** et la possibilité de les découvrir, et d'y faire participer le public. L'éducation cinématographique constitue également un investissement majeur pour les publics de demain. À cet égard, le programme «[Europe créative](#)» peut utilement contribuer à améliorer les approches dans ce domaine.

Prochaines étapes : face à l'évolution rapide du secteur, il est nécessaire de promouvoir un débat européen et d'engager un dialogue avec l'ensemble des parties prenantes — pouvoirs publics et secteur privé — sur la politique cinématographique en Europe. Ce débat devrait être axé sur les objectifs communs visant à rendre la riche diversité des films européens plus accessible.

À cet effet, la Commission entend lancer un **forum du film européen** sur la base des instruments existants, afin de promouvoir l'échange d'expériences et de bonnes pratiques, ainsi que l'étude et le partage des connaissances sur des questions d'intérêt commun. L'objectif est de débattre des politiques publiques dans le secteur cinématographique et de permettre aux parties intéressées de participer sur une base volontaire à ce processus.