

Le cinéma français (1) : un diagnostic critique

Publié: 19 février 2016, 06:47 CET

Olivier Babeau

Professeur de Science de Gestion, stratégie d'entreprise, Université de Bordeaux



M4D Group/Flickr, CC BY

Cet article – ainsi que le suivant de la série – est adapté de la note qu'Olivier Babeau, expert du secteur et enseignant-chercheur à l'université de Bordeaux a produite pour le think-tank Génération Libre. Dans cette note, intitulée « Soutien public au cinéma français : l'analyse interdite » il analyse les faiblesses du système français de soutien au cinéma et préconise une refonte des sources de financement du cinéma adaptée à l'ère numérique.

En France, la nécessité d'une intervention publique massive dans le domaine culturel est un postulat aussi indiscutable que la rotondité de la terre. Celui qui remet en cause ou même interroge le système a fatalement contre lui les innombrables zélotes de l'État culturel.

Nous nous limiterons ici à commenter le cas particulier de la production cinématographique, emblématique sans doute de cette politique culturelle qui revendique l'exception qu'elle représente de fait dans le monde. Il s'agira de formuler un diagnostic réaliste sur le système actuel de soutien au cinéma français : atteint-il ses objectifs (question de l'efficacité) ? Le fait-il à moindre coût (question de l'efficience) ?

Cela nécessite bien sûr de commencer par préciser ce que sont les objectifs du soutien au cinéma. Les statuts du Centre national du cinéma et de l'image animée, créé en 1946, en font l'organisme chargé d'appliquer « la politique de l'État » en la matière.

Ses missions sont de « contribuer, dans l'intérêt général, au financement et au développement du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée (...) et (d') en faciliter l'adaptation à l'évolution des marchés et des technologies ». A cette fin, il « soutient, notamment par l'attribution d'aides financières », des objectifs variés, parmi lesquels « la diversité des formes d'expression et de diffusion cinématographique (...) », et « la promotion et le développement du cinéma (...) en France et à l'étranger ».

Ces deux notions, diversité (de l'offre et de la demande) et rayonnement, sont la traduction directe des trois piliers de la politique culturelle française prônés par les ministres de la V^e République :

« l'indépendance et le prestige de la culture nationale par rapport à l'étranger (enjeu identitaire) ; la diversité de la création (sans soumission aux impératifs du marché et de la rentabilisation à court terme) ; l'élargissement de l'accès à la culture (enjeu de la démocratisation) ».

Diversité culturelle : de bien faibles résultats

La diversité fait d'autant plus volontiers l'objet de vibrantes et répétées déclarations qu'elle ne peut facilement être définie et donc évaluée. Nous allons essayer d'évoquer ici certains indicateurs de cette diversité, sans espérer clore pour autant le débat sur une notion qui reste, comme celle de « rayonnement », fondamentalement subjective.

Nombreux sont les commentateurs à souligner, année après année, que le cinéma français se porte bien.

Côté demande, on ne manquera pas de souligner qu'en 2015, avec 206,6 millions d'entrées, le niveau de fréquentation des salles françaises reste supérieur à celui des dix dernières années et demeure le plus élevé d'Europe. De plus, le nombre de films français dépassant la barre des 500 000 entrées atteintes 36, contre 31 en 2014. L'année 2015 a également été une bonne année du point de vue de l'exportation des films français. Pour la troisième fois en quatre ans, les films français ont franchi le seuil des 100 millions de spectateurs dans le monde. Avec 42,6 millions, le nombre d'entrées pour les films de langue française augmente de 22 % par rapport à 2014.

Côté offre, on se réjouira du grand nombre de films français produits : depuis 2010, il est supérieur à 200. Ce qui, disons-le tout de suite, ne dit en réalité rien de la « bonne santé » du film puisque cette production est précisément subventionnée. Il n'y a rien d'étonnant à ce que ces films existent puisque le système draine plusieurs centaines de millions d'euros dans ce but précis.

La situation est en réalité moins idyllique. Qu'il s'agisse de l'international ou de la situation française, c'est la diversité, critère central puisqu'il traduit la vitalité de la production et de la consommation culturelles, qui obtient, après analyse, les résultats les plus fragiles.

Plaçons-nous tout d'abord du côté de l'offre. Elisabetg Bargès réalise en 2007 une analyse approfondie d'une dimension importante de cette diversité : le nombre de genres représentés. Sur les 14 genres répertoriés, près de 80 % de la production française est concentrée sur quatre genres : la comédie, la comédie dramatique, le drame et le drame psychologique. Une concentration qui se fait aux dépens d'autres genres tels que le film d'animation ou le documentaire.

Côté demande, la diversité est encore plus problématique. La part de marché du film français dans les entrées était en 2015 de 35,2 %, en net recul par rapport à l'année précédente (certes exceptionnelle) et en retrait par rapport à la moyenne des dix dernières années de 39,3 %. Le reste constituant, pour l'essentiel, la masse honnie des films venus d'outre-Atlantique, celle précisément qu'il s'agit en théorie de contrecarrer. Si les films produits en France foisonnent (plus de 200 par an), seule une poignée trouve leur public. Un grand nombre de films restent absolument confidentiels : en 2010 en France, sur 575 films sortis en salles, 55 % (317) ont été des échecs commerciaux avec moins de 50 000 entrées. En 2011, 63 % des films français (113 sur 178) n'atteignaient pas la barre des 100 000 entrées.

« Bienvenue chez les Ch'tis ».

Derrière les chiffres des succès populaires

Le nombre remarquable d'entrées cache une concentration accentuée sur quelques grands blockbusters. Année après année, c'est l'immense succès populaire d'un ou deux films (par exemple *Bienvenus chez les Ch'tis*, *Intouchables*, *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* etc.) qui permet d'atteindre des sommets de fréquentation. Et cette concentration a tendance à s'accroître. Seuls deux films français ont réalisé en 2015 plus de trois millions d'entrées contre quatre en 2014. Six films français réalisaient plus de deux millions d'entrées en 2013 contre dix en 2014. Sur les 7035 films projetés en France en 2014, les 100 premiers (soient 1,4 % du total) réalisent 75 % des entrées !

Cette concentration est aussi en constante accentuation en ce qui concerne la consommation de vidéo à la demande (Vàd). En 2014, le marché du film en paiement à l'acte était plus concentré qu'en 2013 : les 10 premiers films représentaient 15,1 % des ventes en valeur en 2014, contre 10,9 % en 2013.

Ce problème de la concentration des consommations permet aussi de nuancer les bons chiffres de l'exportation des films français, censés prouver le rayonnement de notre culture dans le monde. Ces chiffres sont surtout tirés, comme dans l'Hexagone, par quelques grands succès populaires. Plus des deux tiers des entrées (69,6 %) des films français à l'étranger restent concentrées, en 2014, sur les cinq premiers titres du classement. De même, les trois premières sociétés d'exportation concentrent 62,4 % des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger en 2013 (64,6 % en 2012). Ce phénomène appelle deux commentaires.

Tout d'abord, la concentration traduit l'échec relatif de l'objectif de démocratisation des consommations (au sens de la diffusion des œuvres les plus diverses auprès d'une partie la plus large possible de la population). La concentration des consommations de cinéma est en effet plus concentrée encore que celle d'un bien culturel tel que le livre (en 2013, 13 % des nouveaux livres représentaient 44,3 % des ventes de nouveaux livres[14]).

D'autre part, le succès populaire de certains grands films sciemment « calibrés » à cet effet pose la question de la nécessité d'un mécanisme de soutien. Ces films populaires n'ont rien à envier, par leur dimension commerciale, aux films américains. Pour quelle raison ne devrait-on pas laisser le producteur, qui ramasse les bénéfices le cas échéant, « prendre son risque » ? On le verra plus loin, le système actuel ôte ce risque tout en laissant les gains en cas de succès. Certains films pourraient ainsi devenir, *horresco referens*, des produits comme les autres faisant appel à la prise de risque d'investisseurs !

Cela permettrait de concentrer les aides sur des films... culturellement plus exigeants. Les films recommandés arts et essai, justement, voient leur fréquentation reculer presque chaque année. Alors qu'ils représentaient 34,8 % des entrées en 2005, ils n'en représentent en 2014 plus que 21,3 % (avec 43,83 millions d'entrées). Et encore ce chiffre inclut-il les entrées du *Loup de Wall Street*, de Martin Scorsese, recommandé « Art et Essai » ! C'était en 2004 aussi le cas du film *Shrek*... Le statut de film d'art et essai, qui ouvre droit à des aides particulières du CNC, est en réalité très large : 60 % des films inédits chaque année en bénéficient en moyenne. Ce qui n'empêche pas la faible fréquentation qu'ils atteignent, comme on vient de le rappeler.

Cinéma des familles, île de Groix.

Quels publics pour le cinéma ?

Autre aspect de la faible diversité du cinéma côté demande : le public des salles de cinéma reste peu représentatif de la population française. La fréquentation des salles varie selon les dimensions sociologiques et économiques des personnes. Les populations de catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) ont plus de mal à accéder au cinéma. La population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec une importante pénétration (76 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2014, contre 74,1 % en 2013). En revanche, seules 58,5 % des CSP- fréquentaient les salles de cinéma en 2014 (57,6 % en 2013). Alors que les CSP+ iront en moyenne 6,3 fois au cinéma dans l'année, les CSP- n'iront que 4,4 fois. Logiquement, les CSP+ sont aussi plus nombreux à faire partie du public régulier que les CSP-.

La fréquentation est beaucoup plus importante dans les grandes villes, tant en termes de taux de pénétration que de nombre moyen d'entrées. Ce phénomène est sans doute accentué par la concentration progressive du parc de salles qui voit les petites exploitations fermées au profit de multiplexes, comme nous avons pu le souligner dans une étude rédigée en 2010. Par définition situés dans des zones plus densément peuplées, ces multiplexes renforcent l'inégalité d'accès aux salles entre les territoires.

Les objectifs fondamentaux du dispositif d'aide au cinéma sont donc très loin d'être parfaitement atteints. L'insistance habituelle sur les chiffres rassurants d'une offre foisonnante cache la réalité d'une concentration de la consommation sur les grosses machines populaires et d'une pénétration extrêmement faible d'une part très majoritaire de l'offre culturelle produite de façon volontariste.

Si naturellement le fait même de permettre à ces nombreuses œuvres « plus exigeantes » d'exister fait partie du projet de soutien culturel, on peut tout de même s'interroger sur la limite à partir de laquelle on sort du soutien légitime pour rentrer dans la surproduction artificielle de biens « culturels » qui ne rencontrent aucune demande. Clamer, comme le font les thuriféraires inconditionnels de la production aidée, qu'en faire le plus possible est le seul horizon valable, c'est ouvrir la porte à une inflation sans limite des dépenses culturelles. Nous y reviendrons.

Les préoccupantes dérives du système

Pour achever cette (rapide) analyse de la situation du cinéma français, nous ne pouvons pas manquer de signaler que notre système, aussi régulé qu'il soit, n'échappe pas aux dérives que peuvent connaître les marchés libres du cinéma (et parfois même les accentue !). Ces problèmes ont été notamment dénoncés par le groupe de travail dénommé Club des 13 : formatage des scénarios et limitation des comédiens à quelques noms connus.

Comme le note Daniel Zajdenweber, la multiplication des franchises (les James Bond ; *La vérité si je mens* 1, 2, 3 ; *Madagascar* 1, 2, 3 ; *Spider-Man*, etc.) sont une réponse classique au risque des investisseurs raisonnables dans l'industrie du cinéma. Ces derniers souhaitent réduire le risque d'échec et choisissent des films dont le succès initial semble pouvoir rendre moins incertain le succès futur. Le formatage des scénarios, qui provoque une standardisation relative des œuvres, est aussi une réalité du cinéma français.

Les chaînes de télévision payantes ou gratuites ayant des obligations de financement de films cherchent à minimiser le risque de pertes en misant avant tout sur des films présentant de meilleures chances de réussir. Ils auront ainsi une valeur publicitaire (dans le cas des chaînes gratuites) et une capacité d'attraction d'abonnés (pour les payantes) plus grandes. C'est pourquoi Canal Plus, par exemple, investit avant tout dans des films coûteux (en 2014, leur devis moyen était de 6,67 millions d'euros), ceux qui généralement sont voués à maximiser la probabilité de succès.

L'inflation des salaires des acteurs est une autre conséquence de cette logique de minimisation du risque. Elle avait été dénoncée en 2012 par une tribune signée par le producteur Vincent Maraval qui avait fait scandale. Ce dernier y stigmatisait les montants exagérés des cachets des acteurs français par rapport à leurs collègues étrangers. Cette inflation est un effet pervers du système de protection du cinéma : l'obligation de financement des chaînes, qui est assimilable à des subventions indirectes (en complément des subventions directes dont bénéficie aussi le cinéma), contraint celles-ci, pour limiter le coût final de cette obligation, à farcir leurs films des acteurs *bankable*.

Autrement dit ceux dont la notoriété améliore les chances d'un film d'obtenir de bons résultats. C'est aussi à ce terrible mécanisme enfanté par l'obligation d'investir que l'on doit l'omniprésence d'une poignée d'acteurs français, toujours les mêmes, qui se partagent les rôles film après film, parfois de génération en génération.