

**CONCOURS EXTERNE POUR L'ACCÈS AU GRADE  
DE CONTRÔLEUR DES FINANCES PUBLIQUES**

---

**ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N° 1**

*Durée : 3 heures - Coefficient : 4*

---

Analyse de dossier

---

*Toute note inférieure à 5/20 est éliminatoire.*

---

*Le candidat trouvera au verso la manière de servir la copie dédiée.  
Il devra obligatoirement se conformer aux directives données.*





## SUJET

Réponse à des questions, à partir d'un dossier documentaire, sur un sujet contemporain en matière sociale, économique ou financière. L'une des questions conduira le candidat à présenter un avis argumenté.

*Les candidats et candidates peuvent avoir à leur disposition sur la table de concours, le matériel d'écriture, une règle, des surligneurs.*

**À partir du fond documentaire, vous répondrez aux questions suivantes :**

1 – Présentez, de manière structurée, l'état des lieux de l'industrie du cinéma en France.  
*(Réponse en 2 pages maximum)*

2 – Quels sont les leviers et dispositifs de soutien qui ont été mis en place en faveur du cinéma français ? *(Réponse en 1 page maximum)*

**À l'aide des documents et de votre réflexion personnelle, vous répondrez à la question suivante :**

Selon vous, l'industrie du cinéma peut-elle résister à l'essor des plateformes de vidéo à la demande ?

*Votre réponse devra être structurée et argumentée dans la limite de 2 pages maximum.*

## Liste des documents

- Document n° 1 Article « Quatre infographies pour mieux comprendre la crise des salles de cinéma en France » – Radiofrance du 12/10/2022 (2 pages)
- Document n° 2 Article « 167,4 millions de recettes salles en 2022 pour le cinéma français à l'international » – Cineuropa du 10/01/2023 (2 pages)
- Document n° 3 Article « Le Covid-19 a fait perdre 19 milliards d'euros aux cinémas de l'Europe » – Le Monde du 22/06/2022 (2 pages)
- Document n° 4 Publication « PLF 2023 – L'avis de la commission sur les crédits du CINÉMA – L'essentiel du 09/11/2022 (10 pages)
- Document n° 5 Chronique « Retrouver des films et des séries en France, ça rapporte ! Les retombées sont spectaculaires, même pour les économies locales » Podcast – Histoire économiques du 01/11/2022 (1 page)
- Document n° 6 Article « le cinéma français est resté dans le monde d'avant » – le journal de l'économie du 07/02/2023 (2 pages)
- Document n° 7 Extraits du bilan 2023 du Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) (2 pages)

Le fonds documentaire comporte 21 pages.

Article « Quatre infographies pour mieux comprendre la crise des salles de cinéma en France » Radiofrance du 12/10/2022

Le cinéma en France connaît une période difficile : depuis la fin de l'épidémie de Covid, les entrées ne sont toujours pas reparties comme avant la crise, contrairement par exemple au tourisme. L'influence des plateformes et la raréfaction des grands succès sont des poids pour l'industrie.

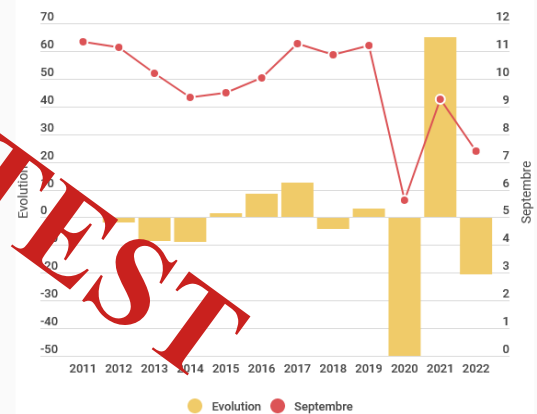
Mardi, les professionnels du cinéma ont réclamé l'instauration d'États généraux du cinéma. L'industrie française cinématographique est en alerte depuis que le CNC a donné d'alarmants chiffres pour la fréquentation des cinémas au mois de septembre : les salles françaises ont fait 7,38 millions d'entrées. C'est moins que l'année dernière (9,31 millions), mais c'est surtout beaucoup moins que les années précédentes.

Là où d'autres activités, comme le tourisme, ont retrouvé leur niveau normal d'avant la crise Covid, le cinéma peine à reprendre ses couleurs. Par rapport à 2019, la baisse du mois de septembre est de plus d'un tiers. Alors que depuis 2014, le marché du cinéma repartait à la hausse, le niveau de fréquentation n'a toujours pas été retrouvé.

### Le mois de septembre 2022, un plus bas historique

” Entre septembre 2019 et septembre 2022, les entrées ont chuté de 34,05%

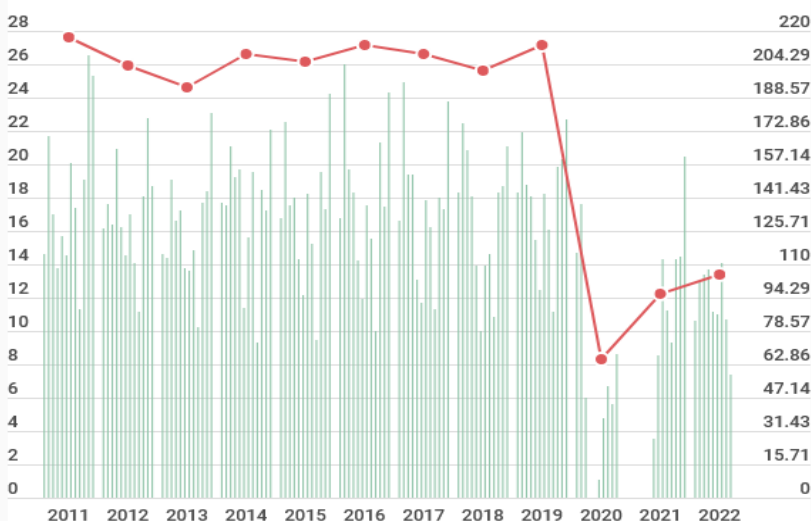
Source : chiffres CNC



Les chiffres sont donnés en millions d'entrées au cinéma.

### Les entrées au cinéma depuis 2011

La ligne rouge représente le cumul annuel des entrées.



Si l'on regarde plus globalement les entrées, mois par mois, depuis dix ans, on ne peut que constater que le Covid a mis fin à une dynamique qui faisait repartir à la hausse les entrées : depuis 2014, après une phase de baisse, on pouvait constater une lente remontée du niveau des entrées, qui a atteint un point culminant en 2019, avec plus de 213 millions d'entrées dans les salles françaises. La crise du Covid a cassé cette dynamique, et malgré une relance assez forte sur les derniers mois de l'année 2021, le niveau s'est à nouveau affaibli en 2022.

## Combien de succès au cinéma, année par année ?



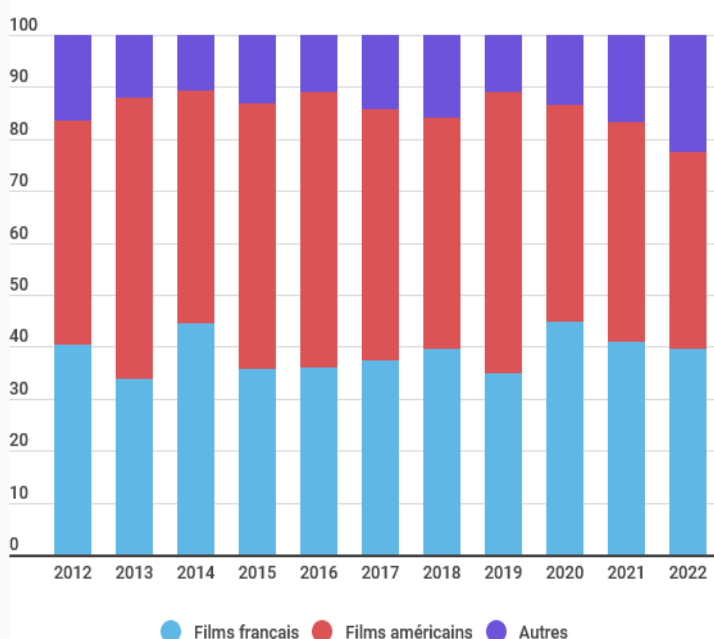
Cause ou conséquence de cette dégringolade : le marché du cinéma connaît beaucoup moins de grands succès. **En 2019, cent films avaient dépassé les 500 000 entrées en salles** – et depuis 2012, chaque année, on connaissait entre 90 et 100 films qui atteignaient ce score. L'année 2019 avait été marquée par un record : cinq films avaient fait plus de cinq millions d'entrées (dont quatre productions Disney : *Le Roi Lion*, *La Reine des Neiges 2*, *Avengers : Endgame* et l'ultime *Star Wars*, ainsi que *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?*).

Il faut cumuler les scores de 2020, 2021 et le début de 2022 pour égaler ce score. Les deux dernières années, marquées par la fermeture des salles, ont enregistré chacune une quarantaine de films à plus de 500 000 entrées, et un seul film à plus de cinq millions en deux ans (*Spider man : no way home*).

SUIVANT

En revanche, l'équilibre reste relativement stable entre la part de marché des films français et des films américains : selon les années, la balance penche plus d'un côté ou de l'autre, **mais à part en 2019, où on compte vingt points de différence** entre les films français et les films américains, l'équilibre est plus stable ces deux dernières années. Avec toutefois un fait notable : à l'heure actuelle, l'année 2022 est la première depuis dix ans où plus de 20 % de la part de marché va à des films ni français, ni américains.

## Films français ou films américains ?



## Article « 167,4 millions de recettes salles en 2022 pour le cinéma français à l'international » de Cineuropa du 10/01/2023

*La circulation en salles du cinéma français a repris des couleurs l'an dernier dans le monde et elle se renforce sur les plateformes SVOD.*



*Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu? de Philippe de Chauveron*

Tout va nettement mieux, mais il reste encore du chemin à parcourir pour retrouver les beaux jours pré-pandémiques : tel est le bilan 2022 du cinéma français à l'étranger dévoilé aujourd'hui dans le cadre des 25es Rendez-Vous d'Unifrance (organisés à Paris du 10 au 17 janvier).

Les films français ont cumulé 167,4 M€ de recettes (chiffre provisoire) à l'international en 2022 (soit 27 millions d'entrées), enregistrées par 2132 sorties. Ce résultat en forte hausse de 51,8 % par rapport à l'année précédente est néanmoins inférieur de 32,5 % au niveau moyen de la dernière décennie. Des tendances assez semblables aux scores dévoilés récemment par le CNC pour la fréquentation des salles françaises en 2022 : 151,97 millions de spectateurs dans l'Hexagone à +59,2 % par rapport à 2021 et - 26,9 % par rapport à la période pré-Covid.

Sur les 27 millions d'entrées enregistrées par le cinéma français dans le monde l'an dernier, 17 millions proviennent de productions majoritaires françaises (notamment *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* [+] avec 1,82 million de spectateurs, *Pil* [+] à 1,32 million et *Le Loup et le lion* [+] à 1,26 million) et 19,6 millions d'entrées pour les productions en langue française. Ce sont les films destinés aux jeunes et aux familles qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu dans le contexte mondial de reprise progressive de la fréquentation des salles, en atteste la répartition des entrées selon les genres : 39,7 % pour les comédies, 24,5 % pour l'animation, 14,2 % pour les drames, 13,4 % pour les films d'aventure, les polars et les thrillers, 4,1 % pour le fantastique, l'horreur et la science-fiction, 2,5 % pour les biopics, les films de guerre et les titres historiques, et 1,6 % pour les documentaires.



À noter également que sept longs métrages français ont dépassé le million d'entrées à l'international l'an dernier et 47 les 100 000 entrées.

Pour la 7<sup>e</sup> année consécutive, l'Europe occidentale est la zone leader avec 45,2 % des entrées à l'international enregistrées l'an dernier par les films français (soit 12,2 millions de spectateurs). La fréquentation y a progressé de 81,8 % par rapport à 2021, mais elle est encore en retrait de 43,1 % par rapport à 2019. L'Allemagne est devenue l'an dernier le territoire le plus favorable au cinéma français avec 2,82 millions d'entrées et cinq autres territoires d'Europe occidentale figurent dans le top 10 mondial de l'année.

L'Europe centrale et orientale représente 26,1 %, soit sa plus grande part de marché de tous les temps pour le cinéma français dans le monde. En Pologne, en Bosnie-Herzégovine et en Croatie, le cinéma français a réuni plus de spectateurs en 2022 qu'en 2019.

L'Amérique Latine pointe à 12,7 % (avec le Mexique en leader régional, et davantage d'entrées pour les films français qu'en 2019 en Bolivie, au Chili, au Paraguay, au Pérou, en Uruguay et au Venezuela), suivie par la zone États-Unis/Canada (6,6 %), l'Asie (5,7 %, soit une année très faible marquée par l'impact pandémique avec deux sorties seulement en Chine, mais aussi des prémices de reprise en Thaïlande et un succès inédit depuis 2015 au Vietnam), l'Océanie (1,9 %) et la Zone Afrique & Proche et Moyen-Orient (1,8 %).



Si la diffusion du cinéma français en salles relève progressivement la tête, sa présence se renforce sur les plateformes SVOD. La France y est le troisième pays de production le mieux représenté avec 6,5 % de films et unitaires français disponibles. Les catalogues des plateformes globales proposent même 6,9 % de films français : 31,3 % pour MUBI, 10,3 % pour Curiosity Stream, 6,3 % pour Netflix, 4,4 % pour Amazon Prime Vidéo et 3,6 % pour HBO Max. Et les films français séduisent les abonnés puisque dans le top 10 des films non-anglophones sur Netflix par exemple figurent sept titres français : *Athena* [+], *Balle Perdue 2*, *Big Bug*, *Les liaisons dangereuses*, *Loin du périph*, *Sans répit* et *Sous emprise*. Des résultats de bon augure dans un contexte de production de films locaux par les plateformes stimulées notamment par les nouvelles obligations européennes en matière de financement.



**Article « Le Covid-19 a fait perdre 19 milliards d'euros aux cinémas de l'Europe » – Le Monde du 22/06/2022**

Lors de sa réunion annuelle, qui s'est tenue à Barcelone (Espagne), mardi 21 juin, l'Union internationale des cinémas (UNIC), qui regroupe les exploitants de trente-neuf pays du continent européen (en y intégrant la Russie et la Turquie), a dressé un constat mi-figue, mi-raisin. Ecartelée entre une solide foi dans la résilience du secteur, grâce à l'appétit du public à retourner en salle, et l'obligation de reconnaître que la pandémie de Covid-19 a gravement ébranlé la profession.

Pour la première fois, l'UNIC a calculé que les conséquences de cette crise sanitaire, avec son cortège de fermetures puis de réouvertures des salles obscures, ont conduit à une perte de résultats au box-office de 6,2 milliards d'euros en 2020 et de 5,1 milliards d'euros supplémentaires en 2021.

**Lire aussi :**  [Pourquoi les spectateurs ont moins au cinéma en France : prix du billet et manque d'intérêt pour les films](#) 

A cela s'ajoutent les autres sources de revenus, comme la publicité, les événements privés que les données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel extrapolent à plus de 7,5 milliards d'euros pour l'Europe en 2020 et 2021.

Soit, au total, une perte de près de 19 milliards d'euros en deux ans. « Sans inclure le loyer, les factures d'énergie, ni les indemnités de congés temporaires, s'élevant à des centaines de millions d'euros par semaine », précise le rapport annuel de l'UNIC.

## « Impact social grave »

Toujours au chapitre des mauvaises nouvelles, « *l'impact social de la pandémie sur l'industrie a été tout aussi grave, menaçant les moyens de subsistance des centaines de milliers d'employés* » des salles, précise ce même rapport. Là aussi, sans prendre en compte l'incidence de ces fermetures sur d'autres activités, comme les commerces de détail ou les services situés à proximité ou à l'intérieur des complexes cinématographiques.

**Lire aussi :** [L'année 2021 signe la reprise de la production cinématographique en France](#)



Apportant une note d'optimisme dans ce marasme, Phil Clapp, le président de l'UNIC, a annoncé 590 millions d'entrées dans les cinémas des trente-neuf pays européens étudiés (43 000 écrans) en 2021, soit une hausse de 30,4 % par rapport à 2020. Les recettes ont repris des couleurs, avec 3,7 milliards d'euros (+ 40,8 % par rapport à 2020).

**Lire aussi :** [Cannes 2022 : au Festival, les financiers du cinéma se montrent peu inquiets](#)



Au niveau de l'Union européenne – et en comptant le Royaume-Uni –, près de 400 millions de billets ont été vendus, pour une valeur estimée à 3 milliards d'euros. La comparaison avec 2019, un millésime exceptionnel, n'en est que plus douloureuse, puisque les recettes ont fondu de 70,4 % par rapport à cet âge d'or. Quand 1,347 milliard de tickets avaient été vendus dans ces trente-neuf pays.

**Lire aussi :** [Le cinéma d'auteur a de plus en plus de mal à retrouver son public](#)



Pourtant, Phil Clapp y croit dur comme fer. « *L'industrie du cinéma étant désormais fermement engagée sur la voie de la reprise, nous sommes convaincus qu'elle va revenir sur les résultats record de 2019* », a-t-il promis, à Barcelone. En faisant bien attention à ne donner aucune indication sur le calendrier.

**Lire aussi :** [Les salles de cinéma passées au crible du diagnostic énergétique, dans le cadre de la transition écologique du secteur](#)



Nicole Vulser

**L'ESSENTIEL**Commission de la  
**CULTURE, DE L'ÉDUCATION  
ET DE LA COMMUNICATION****PLF 2023 - L'avis de la commission sur les crédits du  
CINÉMA**

Le cinéma connaît aujourd'hui une situation de crise avancée, dont la presse s'est largement fait l'écho ces dernières semaines.

La situation apparaît cependant à bien des égards **plus contrastée**. S'il ne connaît pas à proprement parler « l'âge d'or » de l'audiovisuel, le cinéma a survécu à la crise pandémique, avec l'aide des pouvoirs publics et doit maintenant s'adapter à un nouveau contexte. L'histoire nous enseigne que « l'expérience de la salle » survit aux innovations technologiques, comme passer de la télévision et aujourd'hui aux plateformes.

Dès lors, le cadre unique au monde que propose la France pour la création et l'exposition des œuvres cinématographiques demeure pleinement pertinent, d'autant plus que le cadre législatif et réglementaire a pu évoluer ces dernières années, en particulier au niveau européen.

L'année 2023, avec des sorties en salle jugées très prometteuses, pourrait donc permettre de consolider le cinéma français.

**1. LA SITUATION FINANCIÈRE FRAGILE DU CNC****A. UNE ANNÉE ENFIN NORMALE POUR LE CNC ?**

d'aides exceptionnelles  
durant la crise pandémique

Le cinéma a bénéficié de forts soutiens durant la crise pandémique, pour un montant total de 430 millions d'euros. Les crédits auront tous été dépensés à fin 2022.

L'ensemble de la chaîne du cinéma a été concernée, des salles aux tournages.

Les mesures ont été tout d'abord centrées sur la sauvegarde même, avant de pivoter vers une logique de reprise accélérée.

Après avoir assuré la gestion de la crise avec des moyens décuplés, le CNC doit en 2023 reprendre une activité que l'on pouvait espérer « normale », avant le choc inflationniste et ses conséquences en chaîne qui bouleversent toute l'économie.

	Exécution 2021	Représentations 2022	Prévisions 2023
Ressources nettes	918,9	741,7	701,2
dont taxes affectées	625,9	697,6	710,8
dont dotations exceptionnelles	277	3,8	0
Dépenses liées à la crise	182,2	83,2	5,5
Dépenses de soutien	632,9	728,3	702,8
Dépenses totales	815,1	811,5	706,7
Équilibre	+ 103,8	-69,9	-5,5

9 NOVEMBRE 2022

- En ce qui concerne les taxes affectées, qui représentent l'essentiel des ressources du Centre, elles augmenteraient de 1,9 % entre 2022 et 2023. Une progression de la fréquentation des salles de l'ordre de 9,4 % est anticipée, de même qu'une hausse de la taxe sur les vidéos (TSV). A l'opposé, le Centre anticipe dans les années à venir une contraction des recettes issues des chaînes linéaires ;

Le rapporteur pour avis s'inquiétait l'année dernière du projet de transfert à la DGFIP de la gestion et du recouvrement des taxes affectées au CNC, qui devait initialement être effectif au 1<sup>er</sup> janvier 2023. Il y voyait un risque pour le niveau des recettes, pratiquement de 100 % aujourd'hui. **Finalement, la loi de finances pour 2022 est revenue sur ce transfert.** Les taxes affectées resteront donc de la responsabilité du Centre, à l'exception de la taxe sur la diffusion de vidéo physique et en ligne (TSV).

- Les dépenses de soutien connaîtraient pour leur part une baisse par rapport à 2022, conséquence de la baisse d'une fréquentation des salles moindre qu'escomptée qui a donc généré moins de soutien « automatique ».

*Le CNC espère parvenir à restaurer en 2023 un équilibre budgétaire mis à mal par la pandémie.*

## B. LE CNC DANS LA DURÉE, UN SOUTIEN CONSTANT

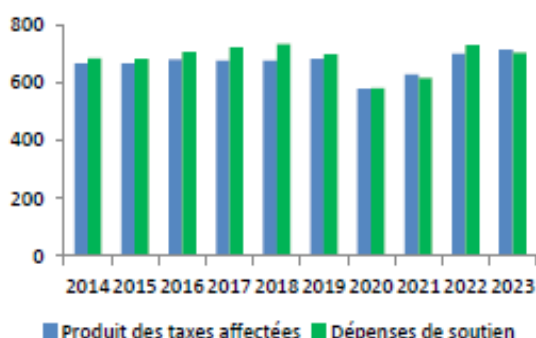
Depuis sa création en 1946, le CNC incarne la politique de l'État en faveur du cinéma. Il aura ainsi permis successivement à la fin de la seconde guerre mondiale de protéger et développer un cinéma français puissant face aux productions hollywoodiennes, dans les années 80 d'accompagner la montée en puissance de la télévision, aujourd'hui, d'adapter notre exception culturelle à l'arrivée des plateformes de streaming. Son succès est tel que les autres secteurs le prennent en exemple, comme la musique avec le Centre national de la musique (CNM).

Sur longue période, l'action du CNC s'inscrit dans une forme de permanence.

Ainsi :

- ✓ Le produit des taxes affectées demeure relativement constant sur la période, de même que les dépenses de soutien – hors plan lié à la crise pandémique.

Produit des taxes et dépenses de soutien depuis 2014



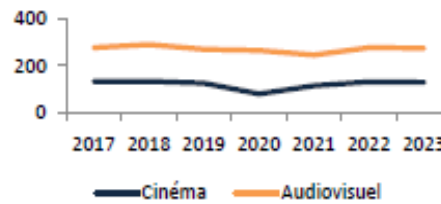
Le produit des taxes affectées demeure relativement constant sur la période, de même que les dépenses de soutien – hors plan lié à la crise pandémique. Cela est à mettre au crédit des pouvoirs publics, qui ont su maintenir les ressources du Centre en faisant évoluer la législation, ce qui a permis d'offrir à la profession un cadre relativement stabilisé.



✓ Les montants consacrés au cinéma et à l'audiovisuel évoluent peu

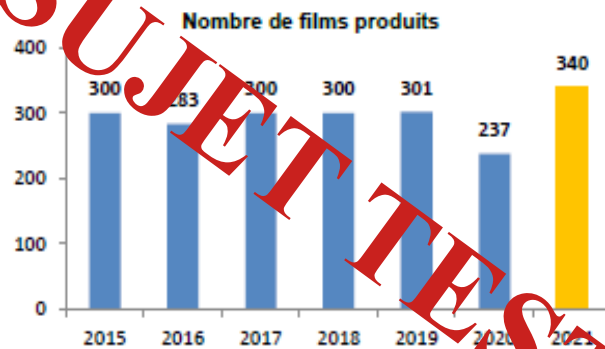
Cette stabilité est confirmée par les soutiens respectivement attribués à l'audiovisuel et au cinéma, qui demeurent relativement constants. En particulier, on n'observe pas de déformation en faveur de l'audiovisuel comme cela avait pu être évoqué.

Dépenses de soutien dans le cinéma et l'audiovisuel



Le niveau maintenu des aides au cinéma doit tout particulièrement être souligné, l'audiovisuel prenant une part de plus en plus importante qui ne se traduit pas par un surcroît d'aide en sa faveur.

- ✓ Les systèmes de soutien mis en place par le CNC ont permis à la production nationale de résister aux conséquences de la crise pandémique et de rattraper presque inégalement une année 2020 qui n'aura malgré tout pas connu d'arrêt.



La hausse de 100 films entre 2020 et 2021 s'explique notamment par la combinaison de deux facteurs :

- ✓ la pérennisation tout au long de l'année du Fonds d'indemnisation pour la reprise des tournages qui permet de couvrir les dépenses supplémentaires occasionnées par une interruption temporaire ou définitive d'une production due à la covid ;
- ✓ la poursuite jusqu'en octobre 2021 de la majoration du soutien automatique à la production investi par le producteur à l'occasion de la mise en production d'un nouveau film.



de dépenses de tournage en France en 2021



En hausse de 33% par rapport à 2019

Ce phénomène de rattrapage s'observe avec les dépenses de tournage en France en 2021, calculées sur la base des œuvres bénéficiaires d'un soutien fiscal. Elles ont ainsi progressé de plus d'un tiers, soit 720 millions d'euros, par rapport à la dernière année de référence 2019.

Il n'est cependant pas certain que les tournages de films français se maintiennent à ce niveau en 2023. Ainsi, les prévisions de dépenses du crédit d'impôt dédié prévoient une baisse de 160 millions d'euros à 101 millions en 2023.

*Il existe donc un risque à ne pas négliger à l'horizon 2024 d'un « assèchement » des productions françaises, d'autant plus que le contexte économique est peu favorable à la prise de risque.*

## 2. UNE CHRONOLOGIE CHRONOPHAGE

Aucun autre dossier ne génère autant de passions et de débats que celui, pourtant technique, de la chronologie des médias. Sa négociation souligne l'interdépendance des différentes parties prenantes entre elles, chacune cherchant à obtenir ou conserver une position perçue comme avantageuse par rapport à celle des autres.

La chronologie poursuit deux objectifs :

- d'une part, protéger la salle de cinéma, en lui réservant pendant une certaine durée l'exclusivité de l'œuvre. La France a ainsi pu préserver par ce biais le parc de salles le plus important d'Europe. A titre d'exemple, les Etats-Unis ne protègent les films que 45 jours, et encore, certains studios ont récemment expérimenté une sortie en simultané salle-plateforme ;
- d'autre part, assurer le préfinancement des œuvres cinématographiques en France. Ainsi, la position de chaque diffuseur est garantie, et est d'autant plus favorable qu'il aura contribué au financement du film, notamment par le biais d'un accord avec les producteurs.

La chronologie a été progressivement introduite en droit français à partir des années 70, comme réponse à l'arrivée de la télévision dans les foyers<sup>1</sup>. La loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle constitue sa première traduction législative. Depuis 2009, elle est négociée directement entre les parties prenantes et étendue par arrêté du ministre de la culture.

Le rythme s'est cependant beaucoup accéléré ces dernières années. Une première chronologie négociée a duré neuf ans, entre 2009 et 2018, une deuxième quatre ans jusqu'en 2022.

La chronologie actuellement en vigueur a été signée le 24 janvier 2022, étendue le 4 février et est prévue pour durer trois ans.

---

*Les pouvoirs publics ont fait le choix de mêler deux dossiers et d'apparence distincts : la chronologie des médias et la directive européenne « SMA » du 11 novembre 2018.*

---

La transposition de cette directive par l'ordonnance du 21 décembre 2020 et le décret du 22 juin 2021 permet d'imposer aux plateformes américaines telles que Netflix ou Disney + des obligations de financement d'œuvres françaises et européennes, notamment déclinées en matière d'œuvres cinématographiques. Les négociations ont été menées de front sur le niveau et la nature des investissements comme sur l'inclusion de ces nouveaux acteurs dans le calendrier.

Cette nouvelle chronologie est cependant susceptible de battre un nouveau record de brièveté car elle n'a pas été signée par tous les acteurs, et d'autres pourtant engagés dans les négociations, l'ont immédiatement contestée. Le 4 octobre 2022, le CNC a ainsi réuni les parties prenantes pour un premier bilan, soit neuf mois après la signature.

---

*Le principe de la chronologie est celui de l'ouverture successive de « fenêtres » d'exclusivité : d'abord la salle, puis la vente en vidéo « physique » ou à la demande à l'acte, puis les chaînes de cinéma payantes comme Canal Plus, puis les plateformes, enfin, les télévisions gratuites.*

---

<sup>1</sup> La commission de la culture a établi un panorama complet dans un rapport de Catherine Morin-Desailly paru en 2017 « Entre stratégies industrielles, soutien à la création et attentes des publics : les enjeux d'une nouvelle chronologie des médias » [https://www.senat.fr/espace\\_presse/actualites/201707/chronologie\\_des\\_medias.html](https://www.senat.fr/espace_presse/actualites/201707/chronologie_des_medias.html)

**Schéma de la chronologie signée le 24 janvier 2022**

Fenêtre d'exploitation		Accord de 2022
Sortie salle		<b>J</b>
Vidéo physique (fixée par la loi)		<b>J + 4 mois</b> (dérogation possible à 3 mois si le film réalise moins de 100 000 entrées à la fin de la 4 <sup>ème</sup> semaine d'exploitation) Exploitation continue : la fenêtre ne se referme pas
Vidéo à la demande à l'acte		
TV payante 1 <sup>re</sup> fenêtre	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	<b>J + délai fixé par accord professionnel, compris entre 6 et 9 mois</b> (Canal +, Ciné+, OCS ont conclu un accord à 8 mois) Fermeture de la fenêtre à 15 ou 17 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par un diffuseur ultérieur
	Absence d'accord	<b>J + 9 mois</b> Fermeture de la fenêtre à 15 ou 17 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par un diffuseur ultérieur
TV payante 2 <sup>e</sup> fenêtre	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	<b>J + 15 mois</b> Fermeture de la fenêtre à 22 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne en clair ou une TV payante autre que de cinéma
	Absence d'accord	<b>J + 17 mois</b> Fermeture de la fenêtre à 22 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne en clair ou une TV payante autre que de cinéma
Plateformes payantes par abonnement	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	<b>J + 15 mois (Netflix) OU en cas d'accord dit « premium » (hypothèse non encore utilisée) délai fixé par accord, compris entre 6 et 15 mois</b> -si l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture de la fenêtre à 22 mois, sauf accord de coexploitation -si l'œuvre n'est pas préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture à 22 mois, sauf : film au budget inférieur à 5M€, accord de coexploitation avec une chaîne gratuite, film <i>in house</i> de moins de 25M€.
	Absence d'accord	<b>J + 17 mois (Disney + Amazon Prime Video)</b> -si l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture de la fenêtre à 22 mois, sauf accord de coexploitation -si l'œuvre n'est pas préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture à 22 mois, sauf : film au budget inférieur à 5 M€, accord de coexploitation avec une chaîne gratuite, film <i>in house</i> de moins de 25 M€.
TV gratuites	Si la chaîne consacre 3,2 % de son CA à la production cinéma	<b>J + 22 mois (TF1, M6, FTV, Arte)</b>
	Si la chaîne consacre moins de 3,2 % de son CA à la production cinéma	<b>J + 30 mois</b>
Vidéo à la demande gratuite		<b>J + 36 mois (YouTube, Molotov)</b>

L'insertion dans la chronologie des plateformes de streaming n'a pas fondamentalement modifié la philosophie d'ensemble d'un système qui garantit à chacun une place définie à l'avance dans le calendrier d'exploitation des œuvres. Elle a par contre provoqué un profond bouleversement en contraignant anciens et nouveaux acteurs à définir leur préférence de manière :

- absolue (« quand s'ouvre ma fenêtre ? ») ;
- mais également relative (« comment se compare ma nouvelle position par rapport à ceux situés avant et après moi ? Cette nouvelle position est-elle suffisamment favorable comparativement pour préserver mon attractivité ? »).

Chacun défend donc ses intérêts. Dans l'ordre de la chronologie :

- ✓ les producteurs sont attachés à ce que la chronologie des médias permette aux diffuseurs de bénéficier d'un délai plus favorable s'ils contractent avec les organisations professionnelles. Les producteurs ont obtenu en 2018 le principe de l'exploitation continue de l'œuvre, qui est disponible dès sa sortie au moins sur un média ;



- ✓ les exploitants de salles de cinéma défendent le maintien de leur fenêtre actuelle, dans sa durée et son exclusivité. Ils sont réticents aux expérimentations qui permettraient une exploitation simultanée d'un film à la fois en salles et sur un autre support ;
- ✓ la filière de la vidéo et de la vente à l'acte revendique le maintien de sa fenêtre privilégiée à 4 mois à compter de la sortie en salles, nécessaire à la viabilité de son modèle économique ;
- ✓ les chaînes de cinéma payantes entendent conserver leur position favorable dans la chronologie, justifiée selon elles par l'ampleur de leurs investissements dans le cinéma ;
- ✓ les services de streaming ont vu leur position absolue comme relative s'améliorer, conséquence de leurs nouveaux engagements de financement. Dans le cas où ils n'ont pas conclu d'accord avec les professionnels du cinéma, ils bénéficient en effet d'une fenêtre à 17 mois, contre 36 mois auparavant. Le système de la chronologie, propre à notre pays, constitue cependant pour ces services une forte contrainte, qui leur interdit d'accéder aux revenus de la salle tout en mettant rapidement à disposition de leurs clients des contenus exclusifs ;
- ✓ les chaînes de télévision gratuites cherchent à renforcer « l'étanchéité » de leur fenêtre et demandent à ce que la chronologie des médias prévoit expressément qu'en cas d'accord de exploitation conclu entre une de ces chaînes et un SMAD, celui-ci ne pourra diffuser l'œuvre avant l'ouverture de la fenêtre de la chaîne en clair et l'expiration d'un certain délai suivant la première diffusion de l'œuvre sur la chaîne.

La principale menace sur la nouvelle chronologie provient des services de streaming. Ils souhaiteraient que leur position se rapproche de celle des chaînes de cinéma payantes quant au délai d'exploitation, sans cependant contribuer à la même hauteur au financement.

Un point en apparence plus technique cristallise les débats, celui de la fermeture de la fenêtre des chaînes payantes comme Canal Plus ou M6+.

On peut distinguer deux cas :

- lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par les diffuseurs postérieurs, comme les plateformes de streaming ou les chaînes de télévision gratuites, la fenêtre de la chaîne payante se referme à l'issue de la période (c'est-à-dire que l'œuvre n'est plus disponible) ;
- dans le cas contraire, la chaîne de cinéma payante peut continuer à la diffuser sans limitation de durée.

La situation est différente pour les services de streaming, et moins favorable dans l'accord de 2022. Il prévoit que même si l'œuvre n'est pas préfinancée ou acquise par une chaîne en clair (par exemple dans le cas de films américains), elle doit être retirée du service au bout de 22 mois, sauf si un accord spécifique a été négocié avec une chaîne en clair.

C'est pour ce motif que la société Disney a fait savoir qu'elle renonçait à sortir son prochain film de Noël dans les salles françaises.

#### Disney et la chronologie

À bien des égards, la société Disney se singularise dans le dossier de la chronologie. A la différence des autres plateformes comme Netflix, Disney a une vraie tradition de cinéma, au point de représenter à elle-seule le **quart des ventes de billets en France**. Dès lors, la « **salle** » demeure **prioritaire pour la société**. Les règles de la chronologie lui imposent cependant de retirer de son offre de streaming Disney + les films sortis en salle au bout de **22 mois**, y compris s'ils n'ont bénéficié d'aucun financement français, jusqu'à ce que des chaînes gratuites en aient assuré la diffusion, et même si la société ne désire pas céder les droits.

La chronologie pousse donc les chaînes gratuites et Disney à rechercher un accord mutuellement profitable, qui pourrait par exemple fixer longtemps à l'avance une « fenêtre » d'exclusivité pour chaque film de quelques semaines avant et après la diffusion. A l'heure actuelle cependant, la situation semble figée.

---

*La chronologie des médias constitue l'un des fers de lance de l'exception culturelle française. Son adaptation à l'arrivée des plateformes était nécessaire. Il faudra pourtant suivre avec attention les prochaines négociations pour s'assurer que les intérêts du cinéma français et européens demeurent bien au cœur de l'action publique.*

---

### 3. LE CINÉMA AU DÉFI DE SON RENOUVELLEMENT

#### A. FILM CATASTROPHE ?



De spectateurs en moins en 2020 et 2021 par rapport à la seule année 2019

La baisse de la fréquentation des salles en 2020 et 2021, années marquées successivement par les confinements et les restrictions sanitaires, a été très brutale, mais largement prévisible. Sur ces deux années, les spectateurs ont ainsi été 50 millions de moins que durant la seule année 2019 (213 millions de spectateurs).

---

*Dès lors, 2022 était attendue avec inquiétude comme celle de la reprise, même si des inquiétudes se sont rapidement exprimées sur l'encombrement des salles à la réouverture ou l'absence de « blockbusters » américains pour dynamiser la fréquentation.*

---

De ce point de vue, les premiers résultats 2022 ont été perçus comme très largement décevants, à peine cachés par le succès au box-office de *Tomb Raider* avec près de sept millions d'entrées.

De fait, la fréquentation affiche un recul de près de 30 % par rapport à 2019.

Si la France apparaît dans une position plus enviable que les autres pays européens, qui enregistrent des fréquentations en chute de 40 % (Allemagne) à 60 % (Italie), les Français semblent retrouver avec difficulté le chemin des salles, comme l'avait exposé le rapporteur pour avis l'année dernière.



Baisse de fréquentation estimée entre 2022 et 2019

---

*Ces résultats en demi-teinte ont déclenché un mouvement de panique.*

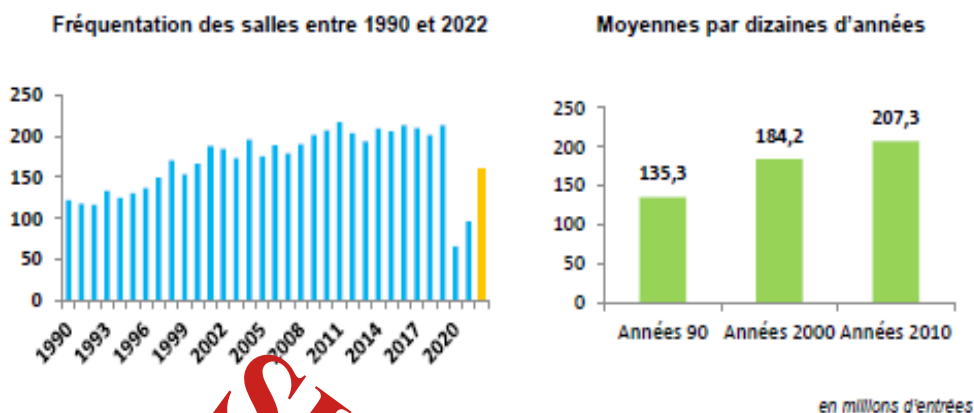
---

« Crise de la fréquentation des salles : à qui la faute ? », « Panique à bord du cinéma français », « Le cri d'alarme d'un cinéma en crise » : si l'on en croit la lecture de ces quelques titres de presse parus dans la première quinzaine d'octobre, le cinéma vivrait ses derniers instants et allait incessamment être emporté, victime de la pandémie, des plateformes de streaming, de la crise énergétique, du prix des places ou d'une programmation peu attractive.

Sans nier les difficultés que traverse le secteur et la pertinence de ces explications, le rapporteur pour avis estime utile de procéder à une analyse plus complète, qui s'avère paradoxalement moins alarmiste.

- D'une part, le cinéma a déjà connu des crises majeures et des fréquentations plus faibles.

Comme le montre le graphique suivant, la fréquentation des salles fluctue d'une année sur l'autre. De ce point de vue, une comparaison des moyennes sur 10 ans souligne la forte progression du cinéma depuis les années 90.

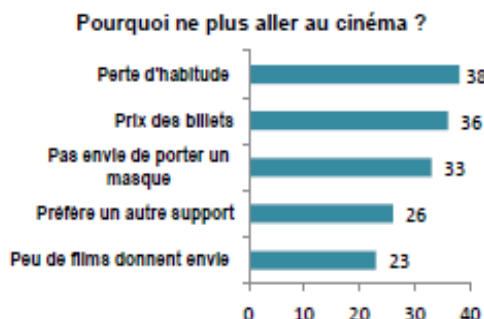


La fréquentation estimée pour l'année 2022 de 155 millions d'entrées, se situe ainsi à un niveau supérieur à la moyenne des années 90, particulièrement complexes pour le cinéma, avec un point bas historique de 116 millions d'entrées en 1992. Le CNC prévoit à ce jour 175 millions d'entrées en 2023 et une stabilisation autour de 190 millions d'entrées d'ici 2026. L'ancien président de Disney, Bob Iger, a cependant accredité l'idée d'une contraction durable du cinéma en septembre 2022 lors d'une intervention à la Conférence Code 2022 de Vox Media : « Je ne pense pas que les films reviennent un jour, en termes de fréquentation, au niveau qu'ils avaient avant la pandémie. [...] Cela ne signifie pas que la fréquentation des salles de cinéma va disparaître, mais elle ne revendra pas au niveau d'avant. »

En tout état de cause, l'année 2022 paraît atypique sur le nombre de films américains sortis dans les salles. Alors que la proportion est traditionnellement d'un film américain pour 2,5 films français, le rapport est 1 à 6 en 2022. Cela traduit d'une part l'arrêt des tournages aux Etats-Unis pendant la crise, d'autre part la position encore attentiste des studios, qui préfèrent pour certains décaler la sortie de films fortement pourvoyeurs de publics. Dès lors, dans une vision optimiste, on pourrait estimer que le retour des films américains en 2023 contribuera à relancer la fréquentation.

- D'autre part, les fondamentaux demeurent solides

Une étude du CNC rendue publique à l'occasion du Festival de Cannes en mai 2022 a essayé de répondre à la question « Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma ? » Les cinq réponses les plus souvent apportées sont les suivantes :



Source : enquête du CNC retraitée par la commission



Les première et troisième raisons sont directement liées à la crise pandémique. Si le port du masque n'est, pour l'heure, plus d'actualité, il est cependant indéniable que de nombreux spectateurs, en particulier parmi les actifs, ont moins qu'auparavant le réflexe d'une sortie au cinéma ; situation renforcée par la possibilité d'un accès facilité aux plateformes de streaming.

La perception du prix est souvent faussée par quelques cas « extrêmes », qui ne concernent qu'un nombre réduit de salles particulièrement bien équipées situées dans les métropoles. L'écrasante majorité des cinémas pratique des tarifs accessibles, y compris pour une soirée en famille. Les abonnements illimités, qui en 2021 concernent 7 % des entrées, ou les tarifs préférentiels des comités d'entreprise contribuent à abaisser le coût pour les plus grands consommateurs. Par ailleurs, la France se situe plutôt dans la moyenne basse de l'Union européenne, avec des tarifs supérieurs en Allemagne ou en Italie.



Prix moyen d'une place en France



Pourcentage des places vendues plus de 10 euros

La question du prix des places est régulièrement évoquée pour accrédi-ter l'idée d'une salle devenue inaccessible. Certains cinémas ont été pris en exemple, avec des tickets pouvant dépasser les 20 euros par personne.

Cependant, le prix moyen d'une place est de sept euros, et seuls 15 % sont vendues plus de 10 euros.

Pour autant, le discours dominant sur le prix des places semble avoir infusé dans une opinion publique légitimement inquiète pour son pouvoir d'achat. Comme annoncé par la ministre lors de son audition devant la commission le 25 octobre suite à une question du rapporteur pour avis, les exploitants de salle et le ministère de la culture ont lancé le 26 octobre une grande campagne « On a tous une bonne raison d'aller au cinéma » afin de contrebalancer une atmosphère encore morose.

- La concurrence des plateformes de streaming constitue une explication couramment avancée.

Il est indéniable que la période du confinement a été très favorable à ces services. Netflix est ainsi passée de six millions d'abonnés en France début 2019 à plus de 10 millions en 2021. Il demeure difficile d'anticiper les comportements des consommateurs et leurs habitudes culturelles, même si on peut arguer que la télévision n'a finalement pas emporté le grand écran, comme cela était couramment avancé dans les années 80. Expérience sociale, le cinéma se prête aussi bien à une sortie entre amis ou en famille qu'à un moment plus solitaire, loin de la présence parfois envahissante des téléphones portables.

Le baromètre SVod Mediametrie/Harris interactive montre cependant que les 15-24 ans se détournent déjà massivement des plateformes, au profit des vidéos courtes en ligne popularisées par TikTok, ou bien de YouTube. Cette tendance s'observe dans tous les pays européens comme aux Etats-Unis. Cette catégorie de population est également celle qui comparativement est la plus revenue vers le cinéma après la pandémie.

---

*Dès lors, ce pourrait être les plateformes qui, paradoxalement, seraient plus menacées dans le futur que le cinéma, qui propose un produit aux caractéristiques qui ne le rendent pas facilement substituable.*

---

## B. LES CINÉMAS À L'ÉPREUVE DE LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Comme la totalité des secteurs de l'économie, le cinéma doit s'adapter à une nouvelle donne en matière de coût. Une salle consomme une quantité importante d'électricité, pour le fonctionnement du projecteur, la climatisation ou les affiches lumineuses à l'extérieur. Elle emploie par ailleurs des personnels à des horaires atypiques. Or les revenus des salles ont plutôt connu une contraction en 2022 par rapport à 2019, et elles doivent dans le même temps rembourser les prêts garantis par l'État (PGE) consentis par le gouvernement.

Les salles ont ainsi augmenté les salaires de 7 % en moyenne afin de fidéliser les personnels. L'énergie représentait avant la crise énergétique entre 5 % et 10 % des charges, et serait désormais comprise entre 15 % et 20 % suivant la renégociation du contrat.

Dès lors, une réflexion essentielle est en cours pour mener une politique de sobriété énergétique. La Fédération nationale des cinémas français a publié en septembre une *charte de tous les cinémas pour une réduction immédiate de la consommation d'énergie*<sup>1</sup>, et a indiqué au rapporteur pour avis travailler sur des solutions de long terme. D'autres propositions ont également été émises, comme la suppression de séances à certains horaires – ce qui limite cependant l'offre et se traduit donc également en termes de revenus et d'attractivité.

---

La commission de la culture, de l'éducation et de la communication a émis, lors de sa réunion plénière du 9 novembre 2022, un avis favorable à l'adoption des crédits consacrés au cinéma au sein de la mission « Médias, livre et industries culturelles » du projet de loi de finances pour 2023.

---

		Commission de la culture, de l'éducation et de la communication <a href="http://www.senat.fr/commission/cult/index.html">http://www.senat.fr/commission/cult/index.html</a> Téléphone : 01.42.34.23.23
<b>Laurent Lafon</b> Président de la commission Sénateur du Val-de-Marne (Union Centriste)	<b>Jérémy Bacchi</b> Rapporteur pour avis Sénateur des Bouches-du-Rhône (CRCE)	Consulter le dossier législatif : <a href="http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2023_com.html">http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2023_com.html</a>

<sup>1</sup> [https://www.fncf.org/updir/3/Charte\\_sobriete\\_energetique.pdf](https://www.fncf.org/updir/3/Charte_sobriete_energetique.pdf)

**Chronique « Tourner des films et des séries en France, ça rapporte ! Les retombées sont spectaculaires, même pour les économies locales » Podcast – Histoires économiques 01/11/2022**

C'est peu dire que depuis quelques années certains maires présidents d'assemblées départementales ou de conseils régionaux se sont pris d'une passion dévorante pour le cinéma et la télévision...

Bon pas forcément pour la création artistique

Mais surtout parce qu'accueillir des tournages et bien c'est bon pour les finances locales... Un exemple il y a deux ans une société de production a posé ses caméras pendant 3 semaines à Toulouse pour tourner des épisodes d'une série pour TF1... La région Occitanie pour attirer le tournage a versé une subvention de 90 000 euros et au moment du bilan et bien on s'est rendu compte que le tournage en question avait généré 900 000 euros de retombées dans l'économie locale l'hôtellerie et la restauration notamment...

1 euro investi en a rapporté 10 c'est plutôt rentable... pour d'autres tournages en aquitaine on parle même d'un rapport de 1 à 13...

Et c'est pour cela que désormais on trouve dans les grandes métropoles mais aussi dans les régions des services dédiés à l'accueil des équipes de tournages... Certaines vont même jusqu'à participer à certains grands festivals de cinéma pour séduire les sociétés de production en mettant en avant de possibles subventions... une fiscalité avantageuse ou encore des savoir-faire locaux à l'image de ce qui se fait en Andalousie ou les sociétés de productions peuvent bénéficier jusqu'à 30 % de déductions fiscales

***Mais il est surtout question d'attractivité touristique***

Voir une ville ou un paysage dans une série ou un film donne l'envie d'y aller de passer de l'autre cote de l'écran.

Par exemple sur la côte d'opale l'office du tourisme de Dunkerque a réalisé un sondage après la sortie du film de Christopher Nolan racontant l'évacuation des soldats alliés coincés justement à Dunkerque et bien figurez-vous que durant l'été qui a suivi la sortie du film 28 % des visiteurs ont affirmé être venu dans la ville des hauts de France parce qu'ils avaient vu le film... et 24 % voulaient eux voir les lieux de tournage...

Et ce que l'on appelle le tourisme de cinéma ou de série représenterait un marché potentiel de 40 millions de touristes.

**Et dans le domaine il y a une série qui dépasse toutes les autres en matière de retombées c'est la série Game of thrones.**

Si l'on prend le seul exemple de l'Irlande du Nord, la série rapporte chaque année près de 60 millions d'euros à l'industrie touristique locale en plus des 260 millions injectés dans l'économie nord irlandaise au moment du tournage par la production. Il est vrai que les touristes viennent désormais là-bas en pèlerinage notamment dans les studios de HBO transformés en musée à la gloire de la série.

Alors en France nous n'en sommes pas encore là, mais on a vu l'été dernier la plateforme Netflix proposer à ses abonnés des visites guidées dans Paris autour de deux séries Emily in Paris et Lupin une manière différente d'attirer les touristes et de faire rentrer de l'argent dans les caisses.

## Article « le cinéma français est resté dans le monde d'avant » le journal de l'économie du 07/02/2023

*La part de marché du cinéma français baisse à 40,5 % en 2022, la plus faible depuis au moins 10 ans comme si la Covid l'avait épuisé. Il n'y a pas un film français parmi les 10 plus vu en France comme si la plupart des films français valaient à peine une soirée sur canapé, car une soirée familiale cinéma à quatre c'est entre 50 et 100 €, pop-corn compris (parking en centre-ville non compris).*

### 2022, le pire été du cinéma

L'été 2022 a été le pire depuis une vingtaine d'années. Sur juillet-août, à part « Ducobu Président » après les 4 blockbusters américains dominés par « Les Minions 2 : il était une fois Gru », la fréquentation des salles françaises était bien vide. [Allez voir « la Nuit du 12 »]. Ce résultat témoigne, dans une époque de disponibilité de sortie, d'un manque d'originalité du cinéma français. Tout se passe comme si l'originalité, la performance d'auteur, faisait peur. Chacun a l'impression que les films français se verront dans quelques mois sur le canapé du salon.

2022 fut sauvé par « Avatar » [6,8 millions d'entrées] et « Top Gun : Maverick » [6,6 millions] avec une fréquentation de 152 millions d'entrées au niveau de 2009, 26,9 % sous 2019. La part du cinéma français est sauvée par le faible nombre de films américains.

### Pour autant, peut-on dire que le film est un produit dépassé ?

De fait, les gagnants du cinéma sont Netflix et Disney. Le dernier cité est le premier en abonnements, soit 235 millions d'abonnés à novembre 2022, contre 231 millions pour Netflix avec moins de nouveaux abonnés [sur l'année 9 millions contre 57 millions]. En revanche, Disney+ affiche 4 milliards de dollars de pertes contre un résultat opérationnel de 6,4 milliards pour Netflix. Netflix considère être passé en phase de maturité, car lancé depuis 10 ans, de construction de l'offre. Disney+ doit effectivement combler son retard en matière de plateforme, créée fin 2019. Le Français Salto disparaît de l'offre tandis que Paramount+, Amazon prime, Apple TV, Warner... se renforcent. Ce marché de 105,7 milliards de dollars s'impose comme le nouveau cinéma : le canapé. Le cinéma est loin d'être mort.

### L'imagination de l'image a-t-elle quitté la France ?

Surtout pas ! Le cinéma d'animation français, ou plutôt les studios de cinéma d'animation français sont parmi les plus renommés au monde dont sont d'ailleurs sortis Les Minions. « Pattie et la Colère de Poséidon » du studio français TAT a fait fin janvier une sortie remarquée.

Un détour par le jeu vidéo confirme l'excellence de la création française. Le leader français Ubisoft est un studio envié dans le monde entier dont le chinois Tencent est actionnaire. Dans ce marché, n'oublions pas qu'en janvier 2022, Microsoft a acheté Activision Blizzard pour 70 milliards de dollars.

### Cinéma, studio d'animation, jeu vidéo : un gouffre de différence

Voilà trois domaines finalement proches dont les développements sont contrastés. Cinéma d'animation et jeu vidéo sont des marchés de pure concurrence : le marché adhère ou pas aux créations, il achète ou pas. En tous les cas, pour les Français, le marché adhère !



Le cinéma est d'un autre domaine. Son exception française le rend dépendant du CNC, centre national du cinéma, qui capte les finances sur le marché global et finance sur le marché français.

L'esprit industriel et économique est absent de cette dépendance du ministère de la Culture qui se mêle même de la rémunération des acteurs depuis 2014. Ses résultats sont estimés en montant de soutiens à un nombre de projets, pas en termes de fréquentation. Ainsi la loi « protège » le cinéma français et de fait l'enferme dans un schéma classique. Les palmes de Cannes sont moins vues que les lions de Berlin ou de Venise.

Ainsi, le dernier « Astérix et Obélix » a été raillé par les critiques jusqu'à sa sortie [début janvier] où il s'est confirmé comme une réussite, tout au moins des premiers jours, il y a 4 jours.

**Le cinéma français est resté enfermé dans le monde d'avant. En son temps, il y a trente ans, les exégètes du cinéma avaient blâmé la création des multiplexes comme aujourd'hui ils continuent de condamner les plateformes. Le monde change, que diable !!! Ses thuriféraires en sont ses troues morts.**

**Il faut libérer le cinéma français et le rendre à son public.**

Je repars en plongée...

**SUJET TEST**

## Extraits du bilan 2023 du Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)

[...]

Fréquentation des salles de cinéma<sup>1</sup>

	entrées (millions)		recettes guichets <sup>2</sup> (M€)		recette moyenne par entrée <sup>2</sup> (€)		séances (millions)	
	ensemble <sup>3</sup>	dont long métrage	ensemble <sup>3</sup>	dont long métrage	ensemble <sup>3</sup>	dont long métrage	ensemble <sup>3</sup>	dont long métrage
2014	209,1	205,7	1 333,3	1 307,4	6,38	6,36	7,6	7,5
2015	205,4	202,2	1 331,7	1 309,7	6,48	6,48	7,8	7,7
2016	213,2	209,7	1 388,4	1 366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1 380,6	1 357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1 336,9	1 310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,2	209,4	1 448,7	1 422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,3	63,7	432,8	424,0	6,63	6,65	4,2	4,2
2021	95,5	93,7	672,7	663,9	7,04	7,08	5,0	5,0
2022	152,1	148,5	1 094,9	1 074,9	7,20	7,24	8,4	8,3
2023	180,4	176,4	1 311,5	1 311,5	7,39	7,43	8,3	8,2

<sup>1</sup> Données provisoires pour 2023.<sup>2</sup> Recettes toutes taxes comprises (TTC).<sup>3</sup> Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.

Source : CNC

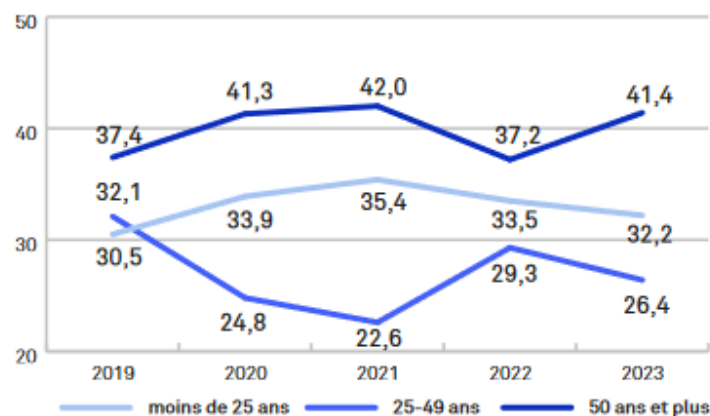
S U J E T T E S T

## Fréquentation selon l'âge en 2023

	pois dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,2	74,3	10,7	10,4	4,3
11-14 ans	5,1	78,9	6,4	6,1	4,2
15-19 ans	6,4	86,7	8,7	7,6	3,9
20-24 ans	6,0	82,9	7,8	8,1	4,6
25-34 ans	11,8	72,5	13,4	7,7	2,5
35-49 ans	19,2	65,9	19,8	18,7	4,2
50-59 ans	13,5	54,1	11,5	11,5	4,4
60 ans et plus	28,8	47,9	21,7	29,9	6,1
ensemble	100,0	63,7	100,0	100,0	4,4

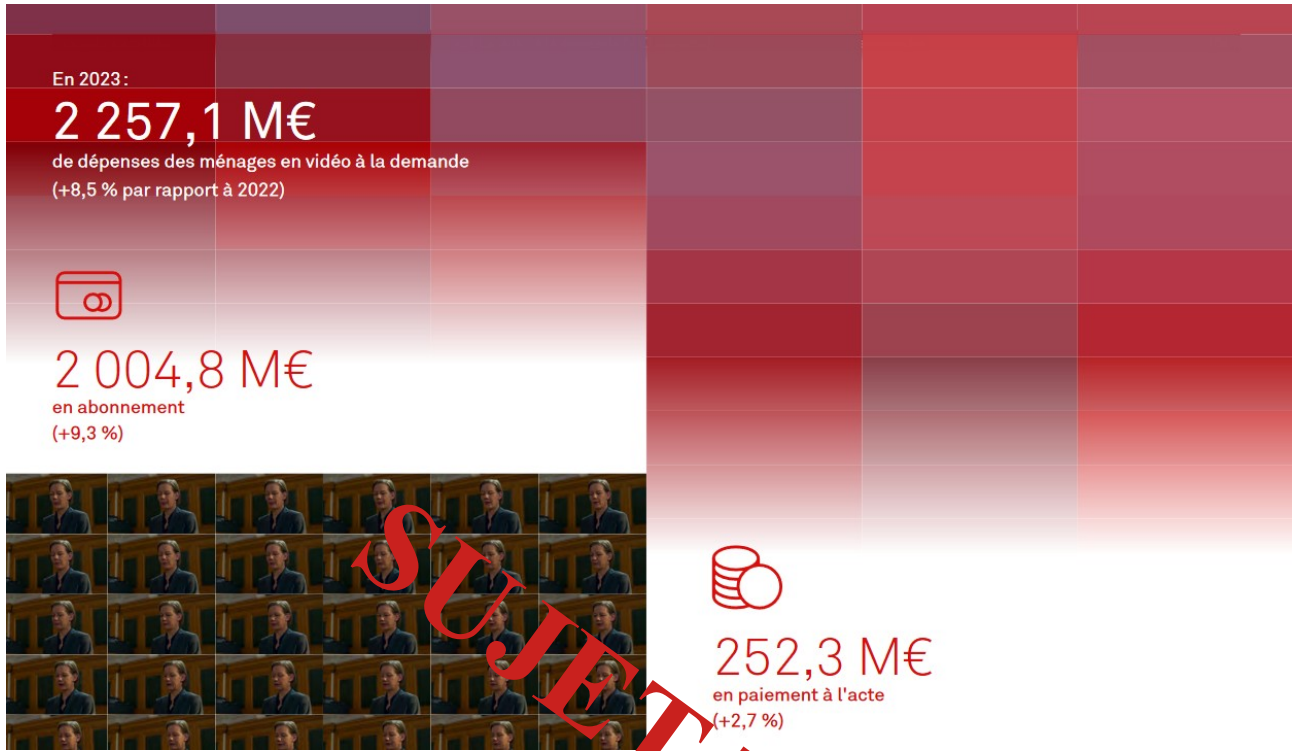
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

## Parts des jeunes, des adultes et des seniors dans les entrées (%)



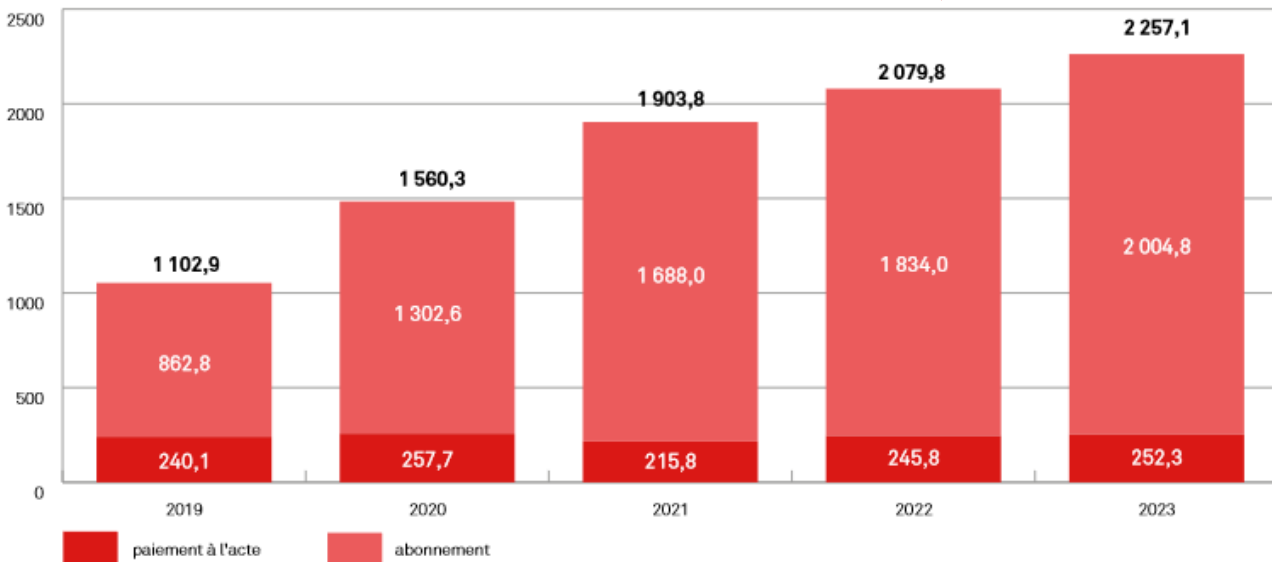
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

[...]



[...]

### Marché de la V&D payante selon le type de transaction<sup>1</sup> (M€)



<sup>1</sup> Montants toutes taxes comprises (TTC).  
Source : CNC - AQQA.

## Proposition de corrigé type

### L'INDUSTRIE DU CINÉMA EN FRANCE

#### 1 – Présentez de manière structurée, un état des lieux de l'industrie du cinéma en France

*(Réponse en 2 pages maximum)*

L'industrie du cinéma en France représente plusieurs secteurs d'activité de la production cinématographique à la distribution des films produits. C'est une industrie importante qui possède des atouts considérables liés autant à son histoire qu'à sa structuration. En tant qu'industrie, elle est aussi sujette aux aléas de la conjoncture économique mondialisée ; les événements récents l'ont parfaitement démontré.

##### 1-1) L'industrie du cinéma en France est une industrie ancienne et structurée

###### 1-1-1) La place privilégiée de la France dans l'industrie cinématographique

Tout d'abord, la production cinématographique française est significative et mondialement reconnue. Le cinéma est un « produit » populaire qui s'est démocratisé et qui s'exporte bien. Les films de l'Hexagone bénéficient d'une bonne représentation à l'international avec 1674 millions d'euros de recettes en 2022 soit 27 millions d'entrées.

Ils sont en très bonne position en Europe occidentale avec 45,2 % des entrées à l'international (dont l'Allemagne avec 2,82 millions d'entrées) mais aussi dans le reste de l'Europe, suivie par l'Amérique latine avec 12,7 % des entrées, avec une progression dans certains pays par rapport à 2019 (période de référence). L'industrie Cinématographique Française connaît donc de véritables réussites, notamment dans le cinéma d'animation, discipline dans laquelle les studios français sont parmi les meilleurs du monde. De plus, le cinéma français est également bien représenté dans les nouveaux modes de diffusion via les plateformes SVOD (*Subscription Video On Demand* – la vidéo à la demande sur abonnement) ; nouveaux « supports de consommation » de cinéma qui ont quasiment supplanté les différents supports de vidéo à l'achat (DVD par exemple). Le cinéma de production française représente globalement 6,5 % des films disponibles sur ces nouveaux supports de diffusion.

###### 1-1-2- Un réseau structuré et compétitif

L'industrie cinématographique française s'appuie sur un réseau d'acteurs qui lui assure une diffusion importante et exclusive grâce à une chronologie établie. Cette chronologie vise à accorder aux cinémas une certaine durée d'exploitation d'une œuvre. Grâce à ce dispositif, la France a su maintenir le parc de salles le plus important d'Europe.

Par ailleurs, le cinéma est devenu un *produit de consommation* et son prix doit rester attractif tout en devant rémunérer l'ensemble de la « filière cinéma ». Le prix d'une séance de cinéma correspond à celui d'un produit de consommation courante. Le prix moyen d'une place de cinéma est environ de 7 euros et seulement 15 % des places sont vendues à plus de 10 €.

L'industrie du cinéma en France est une industrie structurée et puissante. Cependant comme tout secteur d'activité, elle est sujette aux aléas de la conjoncture économique et sociale remettant en cause parfois ses fondements structurels.

## 1-2) Les difficultés et défis à relever

### 1-2-1) Une industrie ébranlée par la crise sanitaire

L'industrie du cinéma est confrontée depuis quelques années à plusieurs périodes de crises. Ces crises sont de diverses natures ; sanitaire avec la crise du Covid et les périodes de confinement, mais aussi sociétales avec une évolution de la consommation audiovisuelle.

Tout d'abord, le secteur cinématographique a été fortement impacté par la crise sanitaire avec un effondrement de la fréquentation globale des salles de cinéma. Ce phénomène n'est pas spécifique à la France et a été estimé à une perte de 19 milliards d'euros sur deux ans au niveau européen. La période COVID passée, la fréquentation n'a pas retrouvé ses niveaux d'avant. Le niveau de fréquentation n'est pas reparti à la hausse entre septembre 2019 et septembre 2022, et la fréquentation globale a même baissé de 34,05 % (hors confinements). Ce constat s'inscrit dans un contexte plus large que celui de la crise sanitaire. En effet, un « creux » de fréquentation avait été constaté au milieu de la décennie des années 2010, même si la fréquentation de l'année 2019 avait retrouvé un niveau comparable à celui de début de la décennie (année 2011) à plus de 210 millions d'entrées.

### 1-2-2) Une évolution des modes de consommation.

Dans le même temps, d'autres facteurs expliquent la baisse d'attractivité des cinémas. Suite au Covid, les productions cinématographiques n'ont pas réussi à relancer l'attrait des consommateurs amateurs de cinéma. D'une part, du fait des sorties en salle de grandes productions – « blockbusters » américains notamment – qui ont été retardées ou reportées à cause des confinements ; et d'autre part du fait de la suspension des tournages qui n'ont repris que tardivement.

De plus, les modes de consommation des productions audiovisuelles ont évolué. La période Covid a contraint le consommateur de cinéma, qui ne pouvait plus « sortir », à accéder à ce loisir via les offres des plateformes SVOD et autres abonnements à des chaînes de télévision payantes dédiées au cinéma. Les offres se sont multipliées durant le premier confinement pour palier à une situation inédite. Les chaînes de télévision gratuites et payantes mais surtout les opérateurs (Netflix, Disney+...) ont multiplié les initiatives en créant des plateformes qui ont modifié les

habitudes des amateurs de cinéma. Le nombre d'abonnements Netflix par exemple a ainsi progressé de 6 millions début 2019 à 10 millions en 2021. Ce secteur représente plus de 2 milliards d'euros en France en 2023.

Le cinéma français fait preuve d'exception par rapport au cinéma étranger de part son organisation et son dynamisme, et de la qualité de la production cinématographique française. Cependant, cette industrie a été fortement touchée par la crise sanitaire qui a accéléré l'utilisation de nouveaux modes de consommation des œuvres audiovisuelles.

## **2 – Quels sont les leviers et dispositifs de soutien qui ont été mis en place pour soutenir le cinéma français ?**

*(Réponse structurée en 1 page maximum)*

L'industrie du cinéma en France est soutenue par l'État qui a su mettre en œuvre divers dispositifs et notamment des crédits d'un montant total de 430 millions d'euros. L'objectif a été de permettre à la filière de surmonter la crise sanitaire qui a empêché toute réalisation de films et à arrêter l'exploitation des salles.

Pendant la période du COVID, l'État a pu intervenir au moyen du Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), établissement public sous l'égide du Ministère de la Culture.

Les ressources de cet établissement public sont liées aux taxes sur les entrées et à la Taxe Sur les Vidéos (TSV) et s'élèvent à 700 millions d'euros (en évolution, passant de 625,9 millions d'euros en 2021 à 710,8 pour les prévisions 2023). Au regard de sa mission de soutien à la filière, en ressources complémentaires, le CNC a perçu des dotations exceptionnelles de l'ordre de 277 millions d'euros en 2021. Les ressources qu'il a redistribuées s'élèvent à 182,2 millions d'euros (au titre des dépenses liées à la crise sanitaire) en 2021.

Ce soutien financier a été indispensable à la filière cinématographique pour résister au contexte économique. Cependant, ces mécanismes de soutien ont pu entraîner certaines dérives : À titre d'exemple, le fonds de soutien automatique à la production et à la distribution des films français contribue au préfinancement des œuvres cinématographiques. En fonction du budget prévisionnel d'un film celui-ci peut être payé avant même le début du tournage. Ce mécanisme garantit la faisabilité d'un film mais n'augure pas forcément de sa qualité, ni de sa rentabilité finale.

Par ailleurs, des dispositifs fiscaux ont été instaurés pour soutenir le cinéma français. L'État a accordé un crédit d'impôt pour les producteurs à hauteur de 30 % à la condition que ces derniers tournent leurs films en France. Cet avantage fiscal permet de concurrencer la « tax shelter » de certains pays (comme la Belgique par exemple). Le dispositif des SOFICA (Sociétés de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuelle) lui aussi est un levier permettant de soutenir cette industrie. Il s'agit d'une déduction de 48 % du montant investi sur l'impôt sur le revenu pour celui qui devient actionnaire d'un film.

Enfin, d'autres acteurs soutiennent la filière et notamment les financeurs. Parmi eux, il y a les collectivités territoriales, au travers des villes, départements et régions.

Les aides des collectivités étaient d'environ 10 millions d'euros en 2017. Ces financements de la part de certaines collectivités territoriales sont moteurs pour dynamiser la production de films. Ces nouveaux partenaires financent mais facilitent également l'émergence de projets et en assurent très largement la promotion. Pour ces collectivités, l'intérêt réside dans les retombées économiques attendues en profitant d'une exposition médiatique originale. En effet, les retombées économiques sont parfois importantes en matière d'emplois dans des secteurs d'activité différents, de l'accueil des équipes de repérage et de tournage, de l'embauche de techniciens ou de figurants... Par exemple, le tournage du film de Christopher Nolan a profité à la Côte d'Opale et à la ville de Dunkerque en particulier avec 28 % des visiteurs sondés qui ont répondu être venus suite au visionnage du film (et 24 % qui souhaitent venir sur les lieux de tournage).

### **3 – Selon vous, l'industrie du cinéma peut-elle résister à l'essor des plateformes de vidéo à la demande ?**

*Votre réponse devra être structurée et argumentée dans la limite de 2 pages maximum.*

Pour cette 3<sup>e</sup> question, il est demandé au candidat de donner son avis et d'argumenter sa position avec des arguments concrets.

Il est rappelé que la position du candidat n'a pas à être prise en compte dans l'évaluation : seules **la pertinence de l'argumentation** employée, la **force de conviction**, et la **qualité de l'écrit** sont à prendre en considération dans la notation.

Cet avis doit être structuré. Ainsi le candidat doit introduire son propos et défendre sa position au travers d'arguments étayés et concrets.

*Propositions de plans :*

#### ✓ Candidat défendant le maintien de l'industrie cinématographie

I – La qualité des productions cinématographiques confère à cette industrie une place indispensable dans l'offre culturelle ;

II – Cependant, il convient de renforcer l'attractivité de ce secteur avec le maintien d'une offre diversifiée et une politique de prix attractive.



- ✓ Candidat argumentant sur l'essor des plateformes de vidéos à la demande face à l'industrie du cinéma.

I – La question du maintien du soutien de l'État à la filière cinématographique en période de restriction budgétaire

II – Des plateformes de plus en plus compétitives qui s'adaptent et répondent aux attentes des spectateurs.

L'argumentation peut s'appuyer sur le fonds documentaire proposé, mais il est attendu de la part du candidat de défendre un avis personnel et de l'argumenter en fonction de ses convictions.

**SUJET TEST**