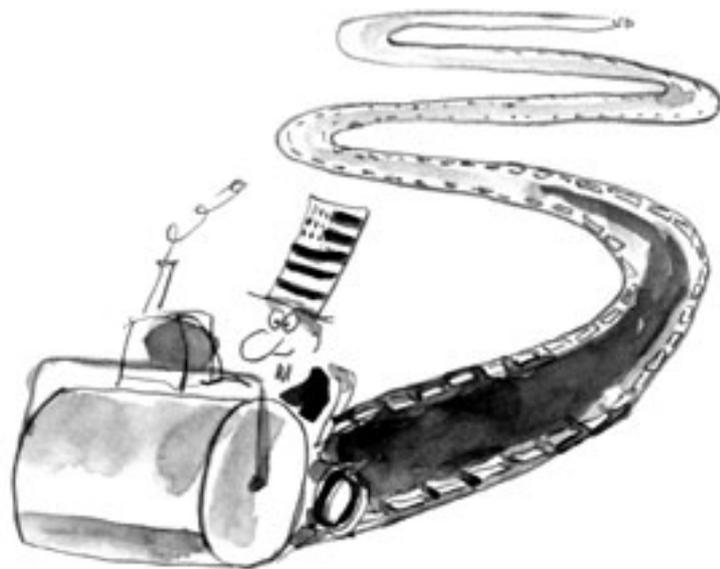


Hollywood

85% du marché mondial

Les films de Hollywood réalisent 85% des recettes du monde entier, et les pays qui résistent, comme la France, parviennent au mieux à ce que leurs films nationaux leur disputent une partie du marché sur leur territoire, tout en exportant peu. Et les dispositifs d'aide sont soumis aux pressions de la libéralisation. Quels objectifs peut-on défendre face au rouleau compresseur hollywoodien ?

Hollywood, qui a longtemps fait rêver, fait peur. L'usine à rêves est considérée par beaucoup comme un rouleau compresseur qui envahit les écrans du monde entier en réduisant à néant les cinématographies locales. Cent pays ont aujourd'hui une activité de production, seuls trente produisent plus de vingt films par an en moyenne, et six plus de cent-cinquante : dans l'ordre, pour l'année 1999, l'Inde (764 films), les États-Unis (628), le Japon (270), la Chine + Hongkong (231), les Philippines (220) et la France (181). En termes de recettes, la part des films de Hollywood dans le monde est de 85 %¹, avec des pics à plus de 90 % dans certains pays d'Europe ou d'Amérique latine ; en 1999, elle était de 92 % aux États-Unis, 80 % au Royaume-Uni, 72 % en Espagne, 62 % en Italie,



65 % au Japon, 57 % en France. Encore s'agit-il là de pays qui ont conservé une activité de production importante. Parmi les vingt plus gros scores au box-office mondial en 2000, on comptait dix-neuf films des *majors*² d'Hollywood et une coproduction américano-britannique, *Chicken Run*.

Les dernières années ont fait naître l'espoir d'un regain de forme des cinématographies locales dans de nombreux pays d'Europe et du monde. Ce fut l'effet *Pacte des loups* ou *Amélie Poulain* en France, c'est ce qu'on a appelé le miracle coréen, etc. Mais à y regarder de plus près, ce renouveau des cinématographies nationales se fait aux dépens non pas de Hollywood mais des autres cinémas. De plus en plus, on observe une bipartition entre les films de Hollywood et les films nationaux. À l'échelle de l'Union européenne, sur les cinq dernières années, les parts de marché des films européens non nationaux ont chuté dans les principaux pays. En 2000, les films américains, essentiellement hollywoodiens, ont réalisé 73 % du box-office dans l'Union européenne, devant les films français (8 %) et britanniques (7 %), puis allemands et italiens (2 %). Les films des autres pays euro-

péens ont compté pour 4 % tout comme les films du reste du monde. En France, la part des films européens non nationaux est d'environ 7 % en moyenne depuis dix ans. Quant aux films qui viennent d'autres régions du monde, ils doivent se contenter de 1 à 3 % du box-office.

À la seule lecture de ces chiffres, on serait tenté de formuler deux conclusions. La première serait qu'en guise de diversité, le public a aujourd'hui le choix entre Hollywood et les films nationaux. La seconde serait qu'après tout, le regain de vitalité des films nationaux montre que la mainmise de Hollywood n'est pas une fatalité. Pour éviter toute conclusion hâtive, il est important de comprendre les mécanismes en jeu, notamment économiques, pour pouvoir observer ensuite comment un certain nombre d'évolutions actuelles peuvent remettre en cause la suprématie d'Hollywood, ou au contraire la conforter... C'est dans cette perspective que nous avons réuni un dossier sur la question de la diversité face à Hollywood, autour d'une réflexion réunissant chercheurs et praticiens, français et étrangers, critiques, historiens ou économistes³. Nous en reprenons ici les principaux éléments.

Les sources de la suprématie d'Hollywood

La suprématie d'Hollywood repose sur des raisons structurelles, historiques et organisationnelles. Les caractéristiques des États-Unis sont essentielles : un très grand marché homogène, autour d'une langue fédératrice, une société melting-pot qui reproduit le monde. En faisant des films pour les États-Unis, Hollywood fait des films pour le monde entier. La taille de ce marché potentiel permet d'investir énormément dans les cachets des stars et les dépenses de distribution (tirage des copies + marketing) : en 1999, un film hollywoodien coûte en moyenne 76 M\$, dont 24 M\$ de distribution, contre 10 M\$ pour un film européen, dont environ 1 M\$ de distribution. Plus que jamais, la sortie d'un *blockbuster* – film programmé pour occuper les premières places du box-office – est orchestrée de manière à en faire un événement, autour d'une distribution et d'une promotion massives. *Gladiator* a réalisé plus de la moitié de son chiffre d'affaires sur le marché américain dans ses trois premières semaines d'exploitation (100 M\$ en 3 semaines, sur 3000 salles). À l'échelle du monde, le film a généré des recettes en salles de 449 M\$, se plaçant au deuxième rang pour l'année 2000, derrière *Men in Black II* (545 M\$). Forts de ce matraquage, les films hollywoodiens bénéficient d'une meilleure exposition et s'avèrent plus intéressants à programmer pour les exploitants qui auront plus de facilité à remplir leurs salles.

Les raisons historiques sont caractérisées par un cercle vertueux ou vicieux selon le point de vue adopté : plus les films hollywoodiens sont vus dans le monde, plus ils génèrent chez les spectateurs une habitude à leurs codes : genres, techniques de narration, acteurs, décors, et... *American way of life*. Or, dès leur plus jeune âge, les regards des spectateurs du monde sont formés par les films de Walt Disney. En outre, plus ces films sont vus, plus ils renforcent le mythe d'Hollywood auprès de ceux qui seront les cinéastes de demain, qui s'en inspireront ou y immigreront. L'une des forces d'Hollywood est d'avoir toujours su attirer les talents du monde entier. Il n'est qu'à se souvenir que deux des films phares des derniers Oscars, *Moulin Rouge* et *Le Seigneur des anneaux*, ont été réalisés par des cinéastes venant respectivement d'Australie (Baz Luhrmann) et de Nouvelle-Zélande (Peter Jackson).

Enfin, en termes organisationnels, Hollywood est une machine de guerre entièrement tournée vers la conquête du public. Les *majors* ciblent d'abord le marché des *teenagers*, elles segmentent les films en genres pour que le public sache exactement ce qu'il va voir, elles systématisent la détection des sujets, et elles testent les films auprès d'échantillons de public avant de les lancer. À Hollywood, la progression dans la hiérarchie, pour les cadres des *majors*, se fait étape par étape, en fonction du critère essentiel de la connaissance du public. L'autre explication organisationnelle est que les *majors* défendent de concert leurs intérêts à l'étranger, via un syndicat extrêmement puissant, la MPAA⁴, avec l'appui de l'État américain, qui a compris depuis toujours tout l'intérêt pour le pays d'exporter ses films massivement. Pour dire l'importance de ce syndicat, son président depuis 1966, Jack Valenti, est l'ancien assistant personnel du président Johnson, et les *majors* auraient récemment proposé sa succession à... Bill Clinton.

L'organisation de la résistance

Face à cette situation, certains pays ont tenté d'organiser une résistance. En la matière, la France fut pionnière. Dès l'après-guerre, elle a défendu son cinéma en mettant en place un système de régulation à la fois financier et réglementaire. Sur le plan réglementaire, des quotas de diffusion d'œuvres françaises – et européennes – sont imposés aux chaînes, la publicité pour les films en salles est interdite à la télévision, etc. Sur le plan du financement, une partie de l'argent récolté par les diffuseurs (salles et chaînes de télévision) est prélevé et réinjecté dans la production d'œuvres nouvelles : 11 à 12 % de la recette brute globale des salles et 2,5 % du chiffre d'affaires net des chaînes en clair pour un total de 213 millions d'euros en 2000, auxquels il faut ajouter les obligations pour les chaînes, au premier rang desquelles Canal+, d'achats de droits (145 millions d'euros en 2001). Plus généralement, c'est l'ensemble de la filière qui est soutenue, du développement à la diffusion, en passant par la distribution, la formation et les industries techniques. Grâce à ce soutien, certaines salles petites ou indépendantes peuvent continuer à avoir une programmation spécifique.

Cette politique a des résultats probants. La France a toujours conservé une activité de production importante quand la plupart des cinématographies voisines s'effondraient. Les films français obtiennent régulièrement d'excellents résultats publics, en France ou à l'étranger. Pour ces dernières années, on peut citer *Le Cinquième élément* (19 millions d'entrées dans l'Union européenne), *Astérix et Obélix contre César* (20 millions), *Le Pacte des loups*, *Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain* (17 millions dans le monde)... Par ailleurs, l'argent du cinéma français finance depuis longtemps des films de réalisateurs étrangers, Krzysztof Kieslowski, David Lynch, Nanni Moretti, Pedro Almodovar, Abbas Kiarostami... Si *Amélie Poulain* n'a pas eu l'Oscar du meilleur film étranger, le lauréat, *No man's land*, du bosniaque Danis Tanovic, a été produit par une société française. En termes d'offre de films, force est de constater qu'une certaine diversité a été préservée : mi-février 2002, sur les écrans parisiens, on pouvait dénombrer parmi les films en première exclusivité, 40 films français, 33 films américains et 42 films représentant 26 autres nationalités, européennes (18 films) ou non (Bénin, Kirghizistan, Kazakhstan, Égypte, Mexique, Bosnie...). Soit un tiers, un tiers, un tiers. Enfin, signe de sa réussite, le système français a longtemps été cité comme exemple, et est de plus en plus pris comme modèle. L'Allemagne et l'Italie s'en sont récemment inspirées.

Les dernières années ont fait naître l'espoir d'un regain de forme des cinématographies locales dans de nombreux pays d'Europe et du monde. Mais ce renouveau

se fait aux dépens non pas de Hollywood mais des autres cinémas.



Une nouvelle donne ?

Aujourd'hui, plusieurs événements amènent à reconsidérer la suprématie d'Hollywood. L'émergence d'une *major* européenne autour du groupe Canal+ et de la fusion avec Universal suscite à la fois espoir et crainte. L'espoir que l'Europe se dote de structures industrielles et d'un réseau de distribution susceptibles de promouvoir ses propres films ; la crainte que cette *major* ne soit le cheval de Troie d'Hollywood et n'en vienne à détourner les ressources du cinéma au profit d'un Hollywood européen en ne produisant plus que des *blockbusters*. Deuxième événement susceptible de modifier la donne, la construction de l'Europe doit aboutir à un marché commercial de taille équivalente à celui des États-Unis. Mais elle se traduit aussi par la tentation d'une libéralisation de la part de la Commission européenne. Or la mise en cause des systèmes de soutien nationaux pourrait s'avérer fatale dans la mesure où le marché européen restera toujours une mosaïque de marchés nationaux aux identités propres. Enfin, les nouvelles technologies vont avoir un impact considérable sur l'ensemble du secteur du cinéma. Les transformations qui s'opèrent peuvent donner à Hollywood un poids encore plus important, ou au contraire laisser une place à d'autres cinématographies.

Les tendances que l'on observe aujourd'hui semblent indiquer que l'équation internet + mondialisation, alors qu'elle pouvait être porteuse d'espoirs en ce sens, peut au contraire se solder par un résultat à l'encontre d'une diversité culturelle. Depuis plusieurs années, on note une concentration accrue des grands groupes, tant horizontalement que verticalement, et une concentration des budgets de promotion sur un

nombre de titres limités, et cela se traduit directement dans le box-office. Ce qui est en danger, c'est la dynamique propre aux industries culturelles, qui a toujours fonctionné dans un équilibre entre les "petits" qui dénichaient les talents, et les "gros" qui les faisaient accéder à la notoriété. Aujourd'hui, l'augmentation des coûts d'accès au public fragilise cet équilibre. « *Les coûts de mise sur le marché sont très élevés : aux États-Unis, on ne peut pas sortir un film sur un nombre réduit de salles, il faut tout de suite 10 millions de dollars pour la promotion.* »⁵ En France, la part des vingt premiers titres dans la fréquentation augmente continuellement depuis cinquante ans, et tourne aujourd'hui autour de 50 %. D'où ce résultat paradoxal d'une grande diversité dans les salles assortie d'une très grande concentration dans la fréquentation.

Des résistances locales

Outre les résistances institutionnalisées, on observe des formes de résistance à l'hégémonie hollywoodienne à tous les niveaux. Il s'agit par exemple de résistances localisées, comme celle des cinéastes danois du Dogme⁶ et des cinéastes iraniens, qui, en minant les conventions en vigueur dans le cinéma hollywoodien, effectuent un véritable travail de sape pour secouer l'ordre établi. Par exemple, ils tournent leurs films en 35 mm ou en numérique, sans travail sur l'éclairage ni le son, avec des acteurs amateurs, dans le but de rompre avec les "règles" du film hollywoodien et de forcer les spectateurs à un effort de déchiffrement⁷. Des initiatives existent aussi dans la diffusion et plus généralement dans des "filiales alternatives", constituées de modes de diffusion en marge des circuits de salles traditionnelles, qui permettent à des œuvres d'auteur de continuer à

pouvoir aller à la rencontre de leur public. Les nouvelles technologies numériques peuvent s'avérer providentielles pour les possibilités de résistance : les possibilités offertes par les caméras numériques peuvent conduire à une modification de l'économie des tournages et de l'écriture des films, et à l'éclosion d'une nouvelle vague qui peut y trouver un espace. Les résistances peuvent se faire aussi au niveau d'une entreprise : ainsi de la société française MK2 qui, en produisant le Polonais Kieslowski, l'Iranien Makhmalbaf ou encore l'Autrichien Haneke, constitue aujourd'hui un îlot de diversité et dont le modèle repose sur l'intégration de la filière, le contrôle de tous les stades depuis la production jusqu'à l'exploitation, associée à une forte politique éditoriale. Enfin, à l'échelle d'une nation, des résistances efficaces s'observent aussi. Le cinéma indien produit chaque année entre 700 et 1000 films depuis plus de vingt ans, tournés dans vingt langues différentes, essentiellement des mélodrames et des comédies musicales, qui réunissent chaque jour 13 millions de spectateurs dans les salles... sans se heurter à un protectionnisme particulier, les films de Hollywood n'y marchent pas. Cette vitalité s'explique essentiellement parce que les films indiens sont ancrés dans la culture indienne, et qu'ils n'ont d'autre vocation que d'être diffusés dans les salles indiennes.

Concurrence ou cohabitation avec Hollywood ?

Dès lors que l'on observe ces multiples formes de résistance, c'est la question d'un *modus vivendi* avec Hollywood, plutôt que celle d'une concurrence, qui paraît intéressante. Si les chiffres décrivant la situation du cinéma dans le monde suscitent évidemment un malaise, se focaliser sur eux brouille tout objectif qui pourrait guider une politique culturelle. À l'échelle de la planète, la défense de la diversité culturelle fait consensus : elle fait désormais l'objet d'une déclaration universelle de l'UNESCO. En France, elle reste un concept abstrait, un étendard fédérateur derrière lequel les autorités se rangent aux côtés d'un secteur qui représente plusieurs dizaines de milliers d'emplois, et surtout qui jouit d'un pouvoir symbolique énorme. On applaudit *Le Cinquième élément*, qui permet à la France d'afficher fièrement une part de marché exceptionnelle. C'est pourtant un film tourné en anglais avec une star américaine, sur une histoire dont on peut se demander ce qu'elle a de français. On se plaît à voir *Amélie Poulain* conquérir l'Amérique, et l'on se prend encore à rêver à un cinéma français qui s'exporterait. N'est-ce pas là faire preuve d'un colonialisme culturel, celui-là même que l'on reproche aux Américains ? La diversité culturelle doit-elle être conçue comme une lutte pour la suprématie culturelle mondiale entre les États-Unis et la France ?

Le système français est soumis à des attaques régulières, taxé d'un côté de protectionnisme qui fausse le jeu de la concurrence et finance des films qui trouveraient seuls leur public, de l'autre de corporatisme qui contrôle la production de films destinés au mieux à une petite élite parisienne. Pour asseoir sa légitimité et son efficacité, peut-être faut-il décliner la notion de diversité culturelle en objectifs, par exemple l'idée que chaque peuple puisse avoir les moyens de produire ses propres images, et la possibilité offerte au public de voir des films d'approches différentes, plus difficiles d'accès, conçus dans une perspective non pas de consommation immédiate, mais de long terme, c'est-à-dire des films que les lois du marché et de la rentabilité rapide ne permettent pas de faire. Il s'agirait alors de faire en

sorte d'une part que les films français, comme en Inde, puissent continuer à être produits et diffusés en salles ; d'autre part, que la France, forte de sa tradition de cinéphilie, s'affirme comme un pôle alternatif – de diversité dans les modes de conception des films – ouvert sur le monde entier. Soit deux objectifs radicalement différents, qui reposent sur des économies radicalement différentes. Ainsi l'on pourrait continuer à pouvoir voir *Amélie Poulain* en salle, tout en se réjouissant que *No man's land* remporte l'Oscar du meilleur film étranger.

Thomas PARIS,
chercheur-associé au Centre
de Recherche en Gestion de l'Ecole polytechnique
auteur du livre *Le droit d'auteur : l'idéologie et le système*, PUF, mai 2002

NOTES

1. Source : Unesco.
2. Les *majors* sont les grands studios historiques d'Hollywood : Buena Vista (Walt Disney), Sony (Columbia), Fox, Universal, Warner, Paramount et MGM.
3. *CinémAction*, numéro hors-série, "Quelle diversité face à Hollywood ?" sous la direction de Thomas Paris, mars 2002.
4. *Motion Pictures Association of America*.
5. Michel Gomez, délégué général adjoint de la Société civile des auteurs, réalisateurs et producteurs (ARP), in *Alternatives économiques*, n°195, septembre 2001.
6. Le Dogme est un manifeste lancé en 1995 par des cinéastes danois autour de Lars von Trier, qui redéfinit des règles pour le tournage de films. *Festen* (Thomas Vinterberg) est l'un des films les plus emblématiques de ce courant.
7. May Telmissany, "Pour un cinéma mineur", *CinémAction*, op. cité.



La Gazette de la Société et des Techniques a pour ambition de faire connaître des travaux qui peuvent éclairer l'opinion, sans prendre parti dans les débats politiques et sans être l'expression d'un quelconque point de vue officiel. Elle est diffusée par abonnements gratuits. Vous pouvez nous demander des exemplaires supplémentaires ou suggérer des noms de personnes ou institutions que vous estimez bon d'abonner.

- | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Numéros récemment parus : | N°10 <i>La Pologne, son PIB, ses rites, ses femmes</i> |
| N°6 <i>Les surdiplômés dans l'Administration</i> | N°11 <i>Des brevets pour les logiciens ?</i> |
| N°7 <i>L'homme, facteur de sûreté</i> | N°12 <i>Les centres d'appels téléphoniques, des lendemains qui sonnent ?</i> |
| N°8 <i>Comprendre la Belgique pour deviner l'Europe</i> | N°13 <i>Restructurations industrielles : une reconversion aussi pour l'état ?</i> |
| N°9 <i>Les souplesses cachées du mammoth</i> | |

RENSEIGNEMENTS ADMINISTRATIFS

Dépôt légal mai 2002

La Gazette de la société et des techniques est éditée par les **Annales des mines**, 20 avenue de Ségur, 75007 Paris - <http://www.anales.org>
Tél : 01 42 79 40 84. - Fax : 01 43 21 56 84.
E-mail : mberry@paris.ensmp.fr
N° de commission paritaire : 0305 B 05495
N° ISSN : 1621-2231

Directeur de la publication : Claude Gaillard
Rédacteur en chef : Michel Berry
Conception graphique : Catherine Le Troquier
Illustrations : Véronique Deiss
Impression : Service du livre, MinEFI
Routage : APR, 33-35 rue Claude Jean Romain, 94170 Le Perreux-sur-Marne



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE