

Cinéma et Internet : vers la fin de la chronologie des médias ?

Description

(article écrit avec [Françoise Laugée](#))

L'exploitation cinématographique repose sur une double logique de segmentation chronologique et territoriale. C'est avec la télévision que l'idée d'une chronologie des médias émerge. Dans les années soixante, la fréquentation des salles de cinéma enregistre une baisse constante. Les ménages s'équipent de postes récepteurs et la télévision devient une menace sérieuse pour les salles. La chronologie des médias vient alors de finir l'ordre de passage et les délais selon lesquels les divers modes d'exploitation d'une œuvre cinématographique peuvent intervenir, à compter de la date de sortie en salle. Ce n'est en effet qu'après une durée déterminée que les autres formes d'exploitation sont autorisées.

Harold Vogel, spécialiste américain des médias, observe que *« la séquencement est toujours une décision marketing afin de maximiser les revenus »* sur les différents supports (salle, télévision, DVD, vidéo à la demande). L'aménagement des différentes « fenêtres » de diffusion d'une œuvre cinématographique établit en effet des délais entre les différents modes de diffusion d'un film afin d'obtenir une exploitation optimale recueillant l'audience la plus étendue possible sur chacun des médias.

Généralisation de l'approche contractuelle plutôt que réglementaire

Aux Etats-Unis, la chronologie des médias résulte d'accords contractuels entre les producteurs et les distributeurs, comportant chacun des objectifs commerciaux. Le cadre européen est, de son côté, de nature à tourner d'une approche strictement réglementaire, afin de favoriser pareillement des solutions contractuelles. Ainsi la directive européenne *« Télévision sans frontières »* (TSF) de 1989 prévoyait, dans sa première version (article 7), un délai de 2 ans entre la sortie d'un film en salle et sa diffusion à la télévision, à compter du premier jour d'exploitation de l'œuvre dans l'Union des pays européens de l'Union. La réglementation française, quant à elle, instaurait un délai de 3 ans à partir de la date de livraison du visa d'exploitation du film en France. Apparues au début des années 1980, les chaînes payantes ont bénéficié, d'emblee d'un régime de droit de priorité instauré par décret, – délai d'1 an après la sortie en salle pour Canal+ et inférieur à 36 mois pour les chaînes cinéma du câble et du satellite –, en contrepartie de leur contribution financière indispensable à la production cinématographique.

La compatibilité des législations européenne et française date de la modification de la directive TSF de

1997, disposant que les Etats membres doivent veiller au respect d'une chronologie entre la sortie d'une œuvre cinématographique en salle et sa première diffusion télévisuelle : « Les Etats membres veillent à ce que les radiodiffuseurs qui relèvent de leur compétence ne diffusent pas d'œuvres cinématographiques en dehors des délais convenus par les ayants droit ». Il est ainsi établi que le radiodiffuseur désireux de diffuser un film passe un contrat avec les ayants droit. L'exception devient alors la règle. En modifiant la loi sur la communication audiovisuelle de 1986, la loi du 1^{er} août 2000 permet une harmonisation du droit français avec le droit européen, abrogeant les dispositions juridiques antérieures prévoyant des délais de diffusion. Ces derniers demeurent, depuis cette date, d'accords passés entre les professionnels. La chronologie des médias est donc désormais sujette à la négociation avec les ayants droit.

Dans ce domaine, la majorité des Etats membres a renoncé à le figer, laissant aux parties prenantes la liberté d'appliquer des règles plus strictes et plus détaillées que celles prévues dans les textes. La France, l'Allemagne, l'Autriche, le Portugal et la Grèce ont adopté des dispositions législatives. A l'inverse, le Royaume-Uni, l'Espagne et le Danemark n'ont jamais fait ce choix. L'Italie, pour sa part, a annulé sa réglementation sur la chronologie des médias en 2005.

La vidéo à la demande, une source de revenus prometteuse grâce à Internet

En 2007, le nouveau texte européen, rebaptisé directive « Services de médias audiovisuels » (dite SMA), s'adapte aux innovations technologiques et à l'évolution notamment des services de vidéo à la demande (VOD) sur Internet, mais sans disposition particulière concernant le principe d'une chronologie des médias. La Commission européenne favorise ainsi une approche souple de l'utilisation des droits pour les différentes « fenêtres » de médias, avec une fixation des délais d'exploitation par le biais de dispositions contractuelles entre les parties concernées.

Alors que la mise en ligne de contenus devient de plus en plus prometteuse pour les titulaires de droits, la Charte européenne du cinéma en ligne adoptée en mai 2006 et la Communication sur les contenus créatifs en ligne de janvier 2008 tentent de repenser le droit d'auteur. La Charte, lancée par la Commission européenne lors d'une réunion organisée avec les représentants du cinéma à l'occasion du 59^e Festival de Cannes, indique que la diffusion du cinéma en ligne exige de la part de tous les titulaires de droits (réalisateurs, acteurs, producteurs) l'octroi de licences. Par ailleurs, le texte incite les producteurs, ayants droit et fournisseurs de services en ligne, à conclure des accords sur les plages de mise à disposition. La Communication de 2008 entend, pour sa part, inciter la mise en place de régimes de licence innovants dans le domaine des œuvres audiovisuelles, arguant du fait que les avancées technologiques permettent aux consommateurs d'accéder toujours plus aisément aux films et aux programmes de télévision par intermédiaire des réseaux.

Les titulaires de droits ont toujours tenté de tirer le meilleur parti possible de l'exploitation de leurs œuvres, mais les mesures légales protégeant leurs intérêts se rarefient au profit d'accords interprofessionnels. Ainsi, le principe de la chronologie des médias a été maintes fois battu en brèche.

Des films à succès sortis en salle en 2008, comme *Disco* de Fabien Onteniente et *Bienvenue chez les Châchatis* de Dany Boon, ont été proposés ensuite à la vente, simultanément en DVD et en VOD (sur certaines plates-formes exclusivement), une pratique américaine qui se développe avec trois fois plus de lancements synchrones DVD/VOD aux Etats-Unis en 2008 par rapport à 2007, soit 30 contre 10.

En 2008, la Motion Picture Association of America (MPAA), regroupant les principaux studios d'Hollywood, a demandé à l'autorité de régulation, la Federal Communication Commission (FCC), de lever l'interdiction faite aux éditeurs de plates-formes de VOD, (les MPVD *multi-channel video programming distributors*) quant à l'utilisation de la technique baptisée *SOCT* (*selectable output control*) qui permet de réserver l'accès à leurs contenus, avant la sortie en DVD, aux seuls détenteurs d'un équipement terminé, comme un téléviseur HD dernier modèle par exemple. La Directors Guild of America (DGA), avec ses 14 000 adhérents professionnels de la télévision et du cinéma s'est déclaré favorable à cette demande, tandis que la National Association of Theater Owners (NATO), qui représente plus de 29 000 écrans aux Etats-Unis, et The Independent Film & Television Alliance (IFTA) s'y sont opposés, craignant des conséquences néfastes à la fréquentation des salles, notamment pour les films indépendants.

Le nouveau mode de diffusion que représente Internet est venu bouleverser la logique de segmentation territoriale et chronologique alors qu'elle demeure pour l'industrie du cinéma une source potentielle de financement supplémentaire. Une nouvelle fenêtre dans l'agencement de la chronologie des médias a dû être trouvée pour la VOD, marché qui est développé en France après 2005 avec le succès des offres ADSL. Parallèlement, la circulation via Internet de copies de films illégales de leur sortie en salle oblige à repenser le principe même de la chronologie des médias et à envisager un raccourcissement des délais de l'exploitation traditionnelle.

En France, l'exploitation sur support vidéo, réglementée par un décret de 1983 modifié en 2000, prévoyait un délai d'un an entre la sortie en salle et la commercialisation du film en cassette et DVD, avec la possibilité de raccourcir ce délai à 6 mois minimum à la demande des détenteurs des droits vidéo et après accord de l'entreprise de distribution en salle, avec l'aval du ministre de la Culture. Les services de paiement à la séance proposés par certaines chaînes de télévision, encore peu développés à l'époque, bénéficiaient quant à eux, avec l'accord des professionnels, d'un délai de 9 mois, qui se situait après la sortie vidéo et avant la diffusion sur les chaînes payantes dont le délai imposé était à l'époque d'1 an, contre 2 ans pour les chaînes gratuites coproductrices et 3 ans pour les autres. La VOD fut proposée initialement 6 mois après la date de sortie en salle, en même temps que le support vidéo. Face à la multiplication des services commerciaux de VOD, les professionnels du cinéma se sont accordés sur la nécessité d'ouvrir une nouvelle fenêtre de diffusion pour ce nouveau mode d'exploitation en ligne. En 2005, un accord d'une durée de validité d'un an prévoyait un délai de 36 semaines, soit 7 mois et demi, après la sortie en salle sur le marché français.

C'est à la suite d'une longue période de négociations et à la faveur de la promulgation de la loi

pour lutter contre le téléchargement illégal dite « Création et Internet » du 12 juin 2009, qu'un accord plus durable entre les différents professionnels du cinéma, de l'audiovisuel et des télécoms a été trouvé, le 6 juillet 2009, pour une période de deux ans, puis tacitement renouvelable tous les ans. Les films sortiront désormais en DVD et en VOD payante à l'acte (vente ou location) 4 mois au moins après leur première diffusion en salle, avec possibilité de réduire ce délai à 3 mois dans le cas où les œuvres ne réaliseraient pas plus de 200 entrées au cours de leur quatrième semaine d'exploitation en salle. Le délai relatif à la télévision payante se trouve également réduit à 10 mois, contre 12 auparavant. Enfin, la télévision gratuite peut diffuser les films qu'elle a coproduits 22 mois après leur sortie en salle, contre 24 précédemment. Pour les autres films, le délai passe à 30 mois au lieu de 36 mois, délai désormais uniquement imposé pour la VOD par abonnement, et 48 mois pour la VOD gratuite. Les chaînes du câble voient leur délai de diffusion passer de 24 à 22 semaines. Rendu obligatoire à l'ensemble de la profession par un arrêté, tel du 9 juillet 2009, cet accord *minima* complète le volet répressif anti-piratage de la loi « Création et Internet », laquelle avait déjà permis l'inscription dans le code de l'industrie cinématographique (rebaptisé code du cinéma et de l'image animée en juillet 2009) du délai d'exploitation de 4 mois pour les supports vidéo et la VOD, applicable faute d'accord professionnel. Non signataire, la Société civile des auteurs, réalisateurs et producteurs (ARP) juge l'accord « *trop timoré sur le futur* ». Les éditeurs vidéo, les représentants des auteurs (SACD) et les fournisseurs accés qui considèrent ce texte « *sans ambitions* » et que « *rien n'est fait pour assurer le développement des offres légales* », souhaitent l'engagement de nouvelles discussions portant sur « *une économie de la culture à l'ère numérique* ».

Remis au ministre de la Culture en janvier 2010, le rapport « Création et Internet » de la mission pilotée par Patrick Zelnik, présente une série de mesures pour lutter contre le piratage et propose de raccourcir le délai entre la sortie en salle et la VOD par abonnement de 36 à 22 mois, voire 10 mois, pour les œuvres ne bénéficiant pas d'un contrat d'exclusivité avec une chaîne, à condition que ces services soient soumis à des obligations de financement et de diversité de la production cinématographique équivalentes aux chaînes en clair ou aux chaînes à péage. De même, selon les auteurs du rapport, les films n'ayant pas bénéficié d'un financement par une chaîne de télévision pourraient être diffusés en VOD gratuite sans attendre le délai fixé de quatre ans. Les négociations sont en cours.

Pourquoi pas un lancement simultané sur tous les supports ?

Comme le remarque Jean-Yves Mirski, dirigeant général du Syndicat de l'édition vidéo numérique (SEVN), « *un constat s'impose : tout accélère. La durée de vie des DVD se raccourcit, tout comme celle des films en salle* ». La tendance est au raccourcissement des délais entre la première exploitation en salle et la diffusion sur les autres médias. Les temps d'exploitation successifs sont de plus en plus courts. « *Ce qui était autrefois une chronologie stricte, avec des préférences clairement énoncées en faveur d'un mode d'exploitation ou d'un autre, est en train de devenir flou* »

La sortie dite universelle (*day-and-date release*), à savoir le lancement simultané, à quelques jours près, d'un film sur tous les supports, est de plus en plus envisagée. Alors que le public utilise toujours davantage Internet pour regarder des films, certains professionnels de l'industrie cinématographique considèrent qu'à l'avenir, tous les films devront bénéficier d'une sortie simultanée sur Internet, en DVD et en salle. D'ordinaire, le fait d'envisager une sortie synchrone sur tous les modes de diffusion n'est plus un tabou, à l'instar du lancement du film à petit budget de Steven Soderbergh, *Bubble*, sorti en même temps au cinéma et sur la chaîne coproductrice HDNET, puis en DVD quatre jours après aux États-Unis, en 2006.

Dorénavant, des stratégies similaires se multiplient. Toujours en 2006, le film *Ten Items or Less* de Brad Silberling, est proposé en VOD deux semaines après sa sortie en salle. En 2009 *Home*, le film de Yann Arthus-Bertrand, proposé gratuitement sur YouTube dix jours avant sa diffusion simultanée au cinéma, à la télévision et en DVD, a rencontré un réel succès auprès du public. Ce film documentaire, montage de clichés photographiques commentés par une voix off, a cependant la particularité d'avoir été financé pour l'essentiel par plusieurs mécènes et annonceurs. Par ailleurs, loin de l'esthétique traditionnelle des films de long métrage projetés en salle, *Home* était par nature un film militant destiné à être vu par l'audience la plus étendue possible. Comme d'autres longs métrages cofinancés par la chaîne culturelle franco-allemande, le film de Jean-Paul Lilienfeld, *L'Annee de la jupe* avec Isabelle Adjani, a été diffusé en 2009 sur Arte, juste avant sa sortie en salle, remportant un succès d'audience avec 9,6 % de part de marché, soit plus de deux millions de téléspectateurs. Cependant, en accord avec les producteurs et les exploitants de salles, la chaîne a décidé d'annuler les rediffusions prévues, ainsi que la possibilité de visionner le film *catch-up TV* (télévision de rattrapage) sur Arte+7, face aux difficultés annoncées par le distributeur Rezo Films de trouver des exploitants désireux de programmer le film dans leurs salles de cinéma. La diffusion anticipée sur le petit écran a servi d'avant-première promotionnelle au film. Mais les exploitants craignaient que la programmation de sa multidiffusion télévisuelle ne leur empêche définitivement de rencontrer un large public en salle. La même stratégie marketing a été utilisée pour le dernier film réalisé par Jean-Luc Godard, *Film Socialisme*, proposé en VOD payante sur Internet simultanément à sa projection au Festival de Cannes de mai 2010 et cela jusqu'à sa sortie en salle prévue deux jours plus tard.

Il apparaît alors que si certaines expériences de diffusion simultanée multisupport rencontrent un réel succès, elles demeurent néanmoins exceptionnelles, car résultant soit d'un mode de financement particulier, soit d'une stratégie publicitaire spécifique. Elles ne justifient pas à elles seules l'abolition de la chronologie des médias. Par ailleurs, la sortie cinéma se révèle être *plus que jamais, déterminante* », comme le souligne John Landau, le producteur du film *Avatar*. Ainsi, « aucun distributeur ne prendra le risque d'endommager la sortie en salle qui reste la seule jauge de la vie d'un film », déclare Jean-Yves Mirski, rappelant qu'il n'existe aucun exemple de DVD dont le succès aurait rattrapé l'échec d'un film ».

Comment concilier, à l'ère du numérique, les intérêts économiques et les désirs du public ?

Engagés dans un processus coûteux de sorties de films en 3D, les majors font pression pour réduire les délais entre l'exploitation en salle et la sortie DVD, afin de rentabiliser des coûts de promotion devenus faramineux. Ainsi en témoigne le bras de fer qui a opposé, fin février 2010, le groupe Disney à certains des plus importants exploitants de salles, dont le géant des multiplexes américains AMC, deuxième exploitant du pays avec 4 500 écrans et les cinémas britanniques Odeon, lors de la sortie en DVD et VOD du film en 3D de Tim Burton, *Alice au pays des merveilles*, 5 semaines avant le délai habituel de 17 semaines. Après avoir menacé de boycotter le film dans leur circuit de salles, les exploitants ont obtenu de Disney de « mettre la main au portefeuille pour compenser le manque à gagner ». Le groupe a notamment accordé une baisse du taux de location des copies. Les exploitants « qui investissent massivement pour s'emparer en numérique[...] comptent bien engranger les bénéfices de leurs efforts » et critiquent « une politique des distributeurs qui consiste à faire de l'argent le plus vite possible en cumulant les sorties des films 3D et DVD ». Cet épisode préfigure ainsi « la demande de flexibilité formulée par les grands studios qui cherchent de nouveaux modèles économiques au coup par coup, presque film par film ».

Les offres de téléchargement légal de films sur Internet, encouragées afin de lutter contre le piratage, souffrent d'un manque d'harmonisation des législations et des accords au sein de l'Union européenne. Sur ce point, l'exemple d'Apple est riche en enseignements. En 2007, la firme a annoncé vouloir proposer des longs métrages à la location et à la vente sur sa plate-forme iTunes pour le territoire européen, comme c'est déjà le cas aux Etats-Unis. Etant donné que les délais pour la sortie VOD varient d'un pays membre à l'autre, Apple proposait de se caler sur le délai commun au plus grand nombre des pays européens, soit 3 mois (alors que le délai était de 6 mois en France à l'époque). Les films auraient été proposés sur iTunes dans la foulée de leur sortie en Angleterre, alors que les chaînes françaises, italiennes ou espagnoles, ne les auraient pas même diffusés sur leur propre territoire. Selon Steve Jobs, il paraissait donc « essentiel » d'« éviter de craser » les fenêtres de diffusion actuelles si l'on veut bien combattre le piratage ». La tendance au raccourcissement des délais, notamment en France, à la suite de l'accord de juillet 2009, constitue donc un pas dans cette direction.

Il n'en demeure pas moins que les consommateurs européens aujourd'hui ne peuvent généralement pas accéder aux œuvres hébergées sur les plates-formes d'autres Etats membres. L'harmonisation du cadre législatif devrait permettre la mise en place de solutions plus attrayantes pour un public qui, avec la généralisation des échanges *peer-to-peer*, a pris l'habitude d'avoir tout sans attendre. En outre, si le mode d'exploitation en salle détient toujours un rôle déterminant dans le succès d'un film, son temps d'exposition dans les salles de cinéma, régulièrement inférieur à 4 semaines, est devenu trop court. La quantité croissante de copies distribuées et le nombre de nouveautés chaque semaine élèvent de plus en plus la durée de vie des films en salle, d'autant que

les *blockbusters* américains laissent peu de place à la diversité. Internet apparaît alors comme un formidable outil de promotion et de distribution des films. Mais le développement de l'offre numérique se heurte, moins aux ajustements de la chronologie des médias, qu'aux nouveaux modèles économiques qu'il reste à trouver.

Sources :

- « Entertainment Industry Economics », Harold Vogel, Cambridge University Press, 2004.
- « La vidéo subit l'avance rapide du marché », Bruno Icher, Ecrans.fr, 26 octobre 2007.
- Directive 89/552/CEE du 3 octobre 1989 modifiée par la directive 2007/65/CE du 11 décembre 2007.
- « La chronologie des médias en pleine évolution » Enjeux et défis », Martin Kuhr, IRIS plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, avril 2008.
- « Les films de Warner en VOD en même temps que sur DVD », Arnaud Devillard, 01net.com, 10 février 2009.
- « Les films exploités plus vite sur tous les supports », Nathaniel Herzberg, *Le Monde*, 8 juillet 2009.
- « The upside of a DVD and VOD day-and-date release », Diane Garrett, *Variety*, octobre 17, 2009.
- « Retour sur la chronologie des médias aux Etats-Unis », Geraldine Durand, medi(A)merica, Ambassade de France aux Etats-Unis, mediamerica.org, 10 décembre 2009.
- « La chronologie des médias bientôt assouplie ? », R.J., *Ecran total*, n°786, 13-19 janvier 2010.
- « De la salle au DVD, le raccourci d'Alice », Bruno Icher, Ecrans.fr, 4 mars 2010
- « Lutte contre le téléchargement illégal. Lois DADVSI et HADOPI », Emmanuel Derieux, Agnès Granchet, collection Axe Droit, Ed. Lamy, mars 2010.
- « Jean-Luc Godard joue le virtuel avant le réel », Isabelle Regnier, *Le Monde*, 6 mai 2010.

Categorie

1. Articles & chroniques

date de création

20 mars 2010

Auteur

sophieboudetdalbin