

Le CNC : le modèle français d'aide à la création

Description

Le fonds de soutien à l'industrie du cinéma fut créé après la Deuxième Guerre mondiale afin de reconstruire l'industrie du cinéma en France. Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), créé en 1946, fut chargé de mettre en œuvre cette politique publique en faveur du cinéma. Trois principes fondamentaux guident de son origine son action : favoriser la création et la diversité culturelle, créer les conditions optimales de développement du marché de l'image animée et instaurer la transparence du secteur.

Le CNC, de son origine, disposa de toutes les prérogatives d'un régulateur : autoriser les conditions d'accès au marché, fixer les règles de fonctionnement du marché et disposer d'un pouvoir de sanction. Afin que la politique publique puisse être mise en œuvre, le financement du fonds de soutien fut original et ingénieux. L'idée était simple : faire en sorte que toutes les entreprises commercialisant des œuvres apportent leur contribution. Il s'agissait donc de créer des flux financiers de l'aval vers l'amont et de donner à la création les moyens de s'exprimer indépendamment des contraintes de marché.

En économie industrielle, il est avéré que le pouvoir de marché est aux mains des entreprises de distribution, qui ont une relation directe avec le consommateur final. Cette situation conduit souvent à des rapports de force particulièrement déséquilibrés, où les distributeurs imposent leurs conditions dans une logique exclusive d'extension de leurs marges. Le fonds de soutien du CNC vient apporter une correction à des dérives souvent observées dans d'autres secteurs. Il renforce les flux financiers ascendants, de l'aval vers l'amont, en redistribuant les fonds collectés auprès des distributeurs vers les créateurs et les producteurs. *In fine*, ce système devient vertueux car la production d'œuvres immatérielles de l'esprit ne s'inscrit pas dans une logique économique de pur profit, mais dans une logique d'offre et d'enrichissement de la diversité culturelle. Cette diversité vient alimenter l'offre des distributeurs qui contribuent au fonds de soutien.

Une adaptation permanente du fonds de soutien

Depuis sa création, le fonds de soutien du CNC a connu de nombreuses évolutions pour accompagner les mutations du secteur. Son périmètre d'intervention a été étendu en raison de l'émergence de nouveaux marchés d'exploitation des films mais aussi de l'évolution des technologies de l'image. Il s'est élargi au secteur de l'audiovisuel en 1986 avec l'arrivée des télévisions privées, à l'édition multimedia en 1989, à la vidéo physique en 1994, au jeu vidéo en 2003, aux nouveaux médias en 2007, à la vidéo à la demande en 2008 et, en 2011, aux créations pour Internet avec le « Webcosip ». Aujourd'hui, l'intégralité des aides du CNC est destinée à la création et la diffusion numérique des

œuvres. L'élargissement des interventions du fonds de soutien du CNC n'a pu être mis en œuvre que grâce à une évolution de ses sources de financement. Fidèle à son principe fondateur, le financement du fonds de soutien s'est appuyé sur de nouveaux contributeurs dont l'activité consiste à distribuer des programmes audiovisuels ou cinématographiques.

Initialement les ressources ne provenaient que des seules salles de cinéma. Puis sont venus contribuer au fonds de soutien les chaînes de télévision à partir du milieu des années 1980, le monde de la vidéo au début des années 1990, les plates-formes de VAD à partir de 2004, et enfin les distributeurs de programmes audiovisuels à partir de 2008. Le fonds de soutien du CNC se finance désormais exclusivement sur les marchés sur lesquels il intervient. La diversité de ses sources de financement est nécessaire pour le préserver des soubresauts de la conjoncture, même si parfois le CNC a dû ajuster le montant de ces aides afin de préserver l'équilibre financier de son fonds de soutien, notamment au milieu des années 2000.

Les recettes du fonds de soutien

Aujourd'hui, le fonds de soutien se finance de trois façons :

- La taxe spéciale additionnelle (TSA) sur les entrées en salle de cinéma correspond à 10,73 % du prix de chaque entrée, une majoration de 50 % est appliquée pour les œuvres à caractère pornographique ou d'incitation à la violence. En 2011, le CNC a recouvré 143,07 M€ au titre de cette taxe.
- La taxe sur les ventes et locations de vidéo (physique ou dématérialisée) est de 2 % du prix et de 10 % sur les œuvres à caractère pornographique ou d'incitation à la violence. En 2011, cette taxe a rapporté au CNC 31,96 M€.
- La taxe sur les éditeurs et les distributeurs de service de télévision (TST) c'est-à-dire sur les chaînes autodistribuées, les câblo-opérateurs, les opérateurs satellitaires et les opérateurs de télécommunications. Pour les services de télévision, la taxe est calculée en appliquant un taux de 5,5 % sur le chiffre d'affaires (hors TVA) au-delà de 11 M€ (16 M€ pour les éditeurs ne bénéficiant pas de ressources publicitaires). Ce taux est majoré de 0,2 point pour les chaînes diffusant leurs programmes en HD. Pour les distributeurs de services de télévision, la taxe est calculée au-delà de 11 M€ de chiffre d'affaires selon un barème progressif de 9 tranches allant de 0,5 % à 4,5 %. En 2011, le CNC a recouvré 631,04 M€ au titre de la TST.

Evolution de la taxe sur les services de télévision

La taxe sur les services de télévision (TST) applicable aux distributeurs a été reformulée dans le cadre de la loi de finances 2012 pour parvenir à un dispositif mieux adapté à un contexte où des stratégies commerciales de contournement et d'optimisation fiscale se sont dessinées en 2011 aboutissant à une minoration artificielle et importante de la contribution de certains opérateurs.

Cette réforme a adapté l'assiette de la taxe à l'évolution des modes de distribution et de consommation

des services de télévision et à chercher à garantir une neutralité par rapport aux différents modes de commercialisation. L'assiette a été clarifiée pour appréhender l'ensemble des offres permettant de recevoir des services de télévision, indépendamment des modalités de diffusion ou des formes juridiques et commerciales choisies par les opérateurs. Le nouveau texte prévoit que la taxe est assise sur les abonnements et autres sommes acquittées par les usagers en rémunération d'un ou plusieurs services de télévision, ainsi que sur les abonnements et autres sommes acquittées par les usagers en rémunération d'offres destinées au grand public, composites ou de toute autre nature, donnant accès à des services de communication au public en ligne ou à des services de téléphonie, dès lors que la souscription à ces services permet de recevoir, au titre de cet accès, des services de télévision.

Afin de tenir compte de la mixité de ces offres qui incluent d'autres services que la réception de services de télévision, un abattement significativement rehaussé à 66 % a été prévu. En outre, le barème applicable aux distributeurs a été simplifié (4 tranches contre 9 précédemment). Ce nouveau régime a été notifié à la Commission européenne et entrera en vigueur dès l'autorisation par cette dernière. Le CNC est en attente depuis décembre 2011 d'une réponse de la Commission sur ce point.

La préservation des principes de fonctionnement du fonds de soutien

Depuis l'origine, la politique de soutien au cinéma fonctionne selon un mécanisme vertueux dans lequel une partie des revenus de la diffusion des programmes, y compris les productions des grands studios américains, est prélevée et réinvestie pour financer la production de nouvelles œuvres originales françaises et européennes qui viendront à leur tour alimenter les circuits de diffusion, favorisant ainsi le renouvellement de la création et la diversité culturelle. La règle de base est simple et efficace : l'aval finance l'amont, la diffusion contribue au financement de la création. L'instauration d'un mécanisme d'écrêtement fiscal en loi de finances pour 2012 même limitée à la taxe acquittée par les distributeurs de services de télévision est contraire à la logique du système contributif. Il rompt le lien économique entre la croissance du marché de l'image et le soutien au réinvestissement dans la création.

L'efficacité du système contributif requiert des pouvoirs publics qu'ils veillent à une juste taxation de l'ensemble des bénéficiaires de la diffusion des œuvres. Le niveau de cette contribution doit évoluer en fonction de la croissance de la demande en contenus audiovisuels. Quand le chiffre d'affaires de la diffusion augmente et donc quand le secteur de la diffusion se développe et a besoin de davantage d'œuvres à diffuser, le produit des taxes prélevées sur le secteur progresse également, et les soutiens peuvent véritablement accompagner la croissance économique en nourrissant les investissements de l'ensemble de la chaîne de valeur, notamment en assurant une progression symétrique du financement de la production française dont les résultats sont éloquentes.

Une production cinématographique dynamique

En 2011, le CNC a attribué 309,5 M€ d'aides au cinéma (production, distribution exploitation). La production cinématographique française est dynamique et diversifiée avec 272 films agréés en 2011.

Cette production est particulièrement ouverte sur le monde. En effet, 120 films français ont été coproduits en 2011 avec des partenaires étrangers issus de 38 pays différents. Ces coproductions portées par des accords initiés par le CNC viennent enrichir les cinématographies nationales. S'il était besoin de souligner la qualité de ces films, il convient de rappeler par exemple que tous les films présents au palmarès 2012 de la sélection officielle du festival de Cannes sont coproduits avec la France et soutenus par le CNC (à l'exception de la *Cameragra d'or*), qu'ils soient autrichien, anglais, danois, italien, roumain ou mexicain.

Pour autant, cette production abondante ne doit pas masquer les difficultés rencontrées par nombre de producteurs pour conduire à bien leur projet. En effet, la production cinématographique française s'inscrit dans une logique de préfinancement où le producteur cherche à minimiser le risque pris. Sans préfinancement suffisant, le film restera à l'état de projet. La diversité des sources de financement et la présence d'aides publiques jouent là tout leur rôle. En effet, il est parfois plus simple de mobiliser des budgets élevés sur des *castings* d'envergure ou des adaptations connues que de trouver le financement pour un « petit film ».

Devant ce paradoxe, l'existence même des aides publiques se révèle primordiale. Ainsi, les aides publiques sélectives représentent 17,5 % du devis des films français de moins de 1 M€, contre 2,4 % pour les films de plus de 7 M€. Pour autant, les aides publiques sont également nécessaires aux films à devis élevés car elles leur permettent d'ambitionner les sommets du box-office français, européen ou américain. Un film comme *Taken* réalisa plus de 100 M\$ au *box-office* américain, un film comme *Intouchables* réalisa plus de 19 millions d'entrées en France mais – chose très rare – il fit encore plus d'entrées à l'étranger.

Le succès des films français

En 2011, la fréquentation des salles n'a jamais été aussi élevée depuis 45 ans avec 216,6 millions d'entrées. Les Français n'ont jamais été aussi nombreux à aller dans les salles de cinéma. Pres de 40 millions de Français sont allés au cinéma en 2011, soit 68,8 % des Français âgés de 6 ans et plus. Les Français aiment le cinéma, ils sont d'ailleurs les plus gros consommateurs de films en salle en Europe avec 3,5 entrées par habitant, contre 2,8 entrées pour un Anglais, 1,6 entrée pour un Allemand et 1,8 entrée pour un Italien. Mais surtout les films français rencontrent en salle un réel succès. Sur la période récente les films français ont même réalisé plus d'entrées que les films américains (en 2006 et 2008).

En 2011, les films français ont réalisé 40,9 % des entrées et ont dynamisé le marché avec une progression de 19,6 % de leurs entrées contre 4,7 % pour l'ensemble du marché. Une telle part de marché est unique en Europe sur des marchés de taille comparable. En Angleterre, elle est de 36,2 %, en Italie de 37,5 %, en Espagne de 15,7 % et en Allemagne de 21,8 %. La France est de loin le premier marché du cinéma en Europe et ce depuis de nombreuses années. Premier marché en nombre de films produits, en nombre de spectateurs, en nombre d'entrées, en diversité et densité des salles de cinéma. Ce résultat n'est pas étranger à la politique publique de soutien au cinéma conduit depuis de

nombreuses années.

Le défi de la numérisation des salles de cinéma

Grâce aux aides du CNC, la France a pu préserver et développer un parc de salles de cinéma unique au monde. Ainsi, plus de 1 650 communes bénéficient de la présence d'un cinéma sur leur territoire. La France compte 5 464 salles de cinéma dans 2 030 établissements. Plus des deux tiers (67,2 %) des Français disposent d'un cinéma à proximité de chez eux. Les salles de cinéma sont elles aussi confrontées à leur première grande mutation technologique avec l'arrivée de la projection numérique. L'introduction de cette technologie crée une nouvelle relation financière entre exploitants et distributeurs, ces derniers devant contribuer à l'investissement supporté par leurs clients, les exploitants. Cette nouvelle relation n'est pas sans soulever de nombreuses questions pratiques parfois délicates.

La encore la régulation mise en place par le CNC a fait ses preuves avec l'instauration d'un comité de concertation professionnel qui élabore des recommandations pour résoudre les problèmes. Imaginez par les studios américains pour financer l'introduction de cette technologie, le modèle des *Virtual Print Free* (VPF) est particulièrement bien adapté aux établissements ayant un poids important et une programmation riche de films inédits en première semaine. En revanche, ce modèle ne fonctionne pas pour nombre d'établissements de petite taille ou d'activité saisonnière ou temporaire. Pour autant ces salles ne doivent pas rester à l'écart. Elles doivent pouvoir projeter des films en numérique car, à brève échéance, l'ensemble des films inédits ne sera disponibles qu'avec cette technologie. La richesse du parc français de salles serait alors menacée, et surtout la diversité de l'offre de films.

Conscient de ces difficultés, le CNC a imaginé dès 2009 un fonds de mutualisation afin de ne laisser aucune salle au bord du chemin de la numérisation. Mais ce modèle de financement de la numérisation des salles fut remis en cause par l'Autorité de la concurrence en mars 2010. À la demande du CNC, le législateur vota le 30 septembre 2010 une loi relative à l'équipement numérique des établissements cinématographiques afin d'organiser le déploiement de cette technologie. La loi instaure l'obligation d'une contribution des distributeurs, pour l'ensemble des films inédits et des salles, dès lors que le film est diffusé en numérique au cours des deux premières semaines suivant la sortie nationale (et au-delà dans le cas d'un élargissement du plan de sortie initial).

Cette obligation s'applique également aux contenus audiovisuels et multimedias, à la publicité (sauf bandes-annonces) et, en cas d'usage des équipements de projection numérique, dans le cadre des locations de salles. Par ailleurs, la loi garantit la liberté de programmation des salles et la maîtrise des plans de sortie des distributeurs grâce à la déconnection de la programmation des salles du modèle de financement de leur numérisation. Enfin, la loi impose que le montant de la contribution soit négocié entre les parties à des conditions équitables, transparentes et objectives.

Afin d'accompagner la numérisation des salles les plus fragiles, le CNC a mis en place une aide sélective à la numérisation des salles. Elle s'adresse aux salles qui ne perçoivent pas, du fait de leur

programmation essentiellement de « continuation », suffisamment de contributions des distributeurs pour couvrir au moins 75 % du coût de leurs investissements. Selon les évaluations du CNC, environ 1 000 salles de cinéma actives réparties dans 750 établissements sont concernées par cette aide, auxquelles s'ajoutent les salles peu actives et les circuits itinérants. Le CNC a lancé un plan de numérisation des salles d'un montant de 100 M€ pendant trois ans. Le déploiement de cette technologie fut encore plus rapide que prévu puisque, fin mai 2012, 4 332 salles de cinéma étaient numérisées (79,3 % des salles), contre 65,6 % fin décembre 2011 et 33,3 % fin décembre 2010. La numérisation de l'ensemble des salles devrait être achevée au début 2013. Une fois encore la politique publique mise en place a permis que cette transition se déroule au mieux.

Des acteurs économiques puissants

Le système de soutien financier au cinéma et à l'audiovisuel a permis de préserver et de développer un tissu diversifié d'entreprises dans l'ensemble de la filière audiovisuelle et cinématographique. Dans le secteur du cinéma cohabitent des entreprises françaises de taille très diverses dans la production, la distribution et l'exploitation cinématographique. Des groupes d'envergure européenne ont pu se développer grâce au dynamisme du marché français comme Studiocanal, premier producteur européen de films. Des groupes importants de cinéma comme Pathe, Gaumont, UGC, ou MK2 sont présents dans la production, la distribution et l'exploitation cinématographique.

Fait unique en Europe, un riche tissu de distributeurs existe en France, qui permet une alimentation des salles de cinéma particulièrement diverse en films de toutes nationalités. La France est ainsi le marché où les œuvres cinématographiques européennes et étrangères non américaines sont le mieux exposées. Chaque année, près de 600 films inédits de plus de 40 nationalités différentes sont exposés dans les salles. La production audiovisuelle bénéficie également d'un tissu important d'entreprises avec plus de 850 sociétés actives selon le CNC. Certains groupes ont pu constituer des conglomerats cohérents de sociétés comme Lagarde active, Zodiak Media, ou Newen.

Une production audiovisuelle abondante

Le fonds de soutien du CNC vient également soutenir la production audiovisuelle de programmes de stock (fiction, animation, documentaire, spectacle vivant). La production audiovisuelle a été abondante en 2011 avec 4 830 heures de programmes produits, soit le plus haut niveau atteint depuis la création du fonds de soutien audiovisuel en 1986. Le CNC a consacré 225,7 M€ d'aides à la création et la production audiovisuelle en 2011. Cette production est initiée par les chaînes de télévision qui, avec l'élargissement du paysage audiovisuel aux nouvelles chaînes de la TNT, commandent de plus en plus de programmes. Pour autant, ces nouvelles chaînes de la TNT, alors qu'elles représentent 23,1 % de l'audience de la télévision en 2011 (sur les individus de 4 ans et plus) et 27,9 % des recettes brutes du marché publicitaire, ne réalisent que 2,1% de l'ensemble des investissements des chaînes dans la production de programmes de stock.

Assurément, les nouvelles chaînes de la TNT sous-investissent dans les programmes de stock, préférant alimenter leur grille avec des programmes de flux moins coûteux ou des rediffusions. Il convient aussi de signaler que leurs obligations d'investissements dans la production audiovisuelle originale sont moins fortes que les chaînes historiques afin de leur faciliter un accès plus rapide à leur maturité économique. Compte tenu de leur poids sur le marché de la télévision, cette situation avantageuse mériterait d'être corrigée.

Une fiction française qui rencontre régulièrement des succès d'audience

La production de fiction française retrouve progressivement des couleurs. En 2011, le CNC a soutenu la production de 773 heures de fiction pour un montant de 74,7 M€. Même si l'audience des fictions américaines demeure supérieure à celle de la fiction française, la domination américaine est loin d'être absolue. En effet, parmi les cinq meilleures audiences de fiction des cinq principales chaînes historiques figurent systématiquement des fictions françaises en 2011. Par ailleurs, en 2011, 43,5 % des fictions françaises diffusées en première partie de soirée sur les chaînes historiques réalisent des audiences supérieures à la moyenne de leur case. C'est le cas de 65 % des fictions américaines.

Pour autant cette comparaison ne concerne que le meilleur de la production de fiction américaine, car seules les fictions américaines ayant rencontré un succès sur leur marché d'origine sont diffusées en France. Les chaînes américaines rencontrent des difficultés à renouveler leurs séries : 74,6 % des nouvelles séries américaines lancées en 2010-2011 sur les cinq *networks* américains n'ont pas été reconduites pour une nouvelle saison faute d'audience suffisante. Le taux de réussite de la fiction américaine n'est donc que de 25,6 % sur ces nouvelles séries. Seuls ces programmes se retrouvent sur le marché international.

Par comparaison en 2011, 48,1 % de la fiction française inédite diffusée sur les chaînes historiques réalise des audiences supérieures à leur case. La réussite de la fiction française inédite n'a donc rien à envier à celle de la fiction américaine. Le succès de la fiction française se retrouve également en télévision de rattrapage où des séries comme *Plus belle la vie* sur France 3, *Bref* sur Canal+, ou *Scènes de ménages* sur M6 occupent les premières places des classements.

Les meilleures audiences des fictions à la télévision en 2011

Image not found or type unknown

Un savoir-faire mondialement reconnu dans l'animation

La production d'œuvres d'animation est particulièrement dynamique en France. En 2011, 355 heures de programmes d'animation ont été produites pour la télévision. Le CNC a attribué 30,7 M€ d'aides à la production d'animation audiovisuelle en 2011. La production d'œuvres d'animation française compte tenu de la taille limitée du marché national ne peut se développer que si elle se finance avec des partenaires étrangers. Ainsi en 2011, 28,9 % des financements des œuvres audiovisuelles d'animation françaises proviennent de l'étranger. Ces œuvres génèrent à elles seules 33 % des recettes d'exportation des programmes audiovisuels français. C'est le premier genre audiovisuel en termes d'exportation.

La soixantaine de sociétés de production spécialisées dans ce type de programmes fait preuve d'un

dynamisme reconnu sur le marché international. L'animation française est diffusée partout dans le monde, et souvent avec succès dans les cases les plus concurrentielles. Cette expertise des professionnels français dans la production d'animation s'est étendue à la production de longs métrages d'animation. Depuis une dizaine d'années, la production française de films d'animation s'est développée avec entre 5 et 10 films produits chaque année. Ce savoir-faire français a même séduit les majors américaines qui n'hésitent pas à débiter les meilleurs talents français et plus récemment à confier à des studios français l'intégralité de la fabrication de leurs films, comme *Despicable me 1 et 2* ou encore *Le Lorax* commandée par Universal. Ces trois longs métrages américains d'animation ont été intégralement fabriqués en France.

Les interventions du CNC pour soutenir la création audiovisuelle, cinématographique et multimedia ne cessent de porter leurs fruits, au-delà des succès bien identifiés des films français en salle. Des savoir-faire se sont développés dans la création et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Un tissu d'entreprises riche et diversifié s'est constitué. Le résultat de cette régulation économique de l'image animée se traduit par une très large diversité des œuvres proposées sur les différents canaux d'exploitation.

Sources :

- *La production cinématographique en 2011*, CNC, mars 2012.
- *Rapport sur la mise en œuvre de la loi relative à l'équipement numérique des établissements de spectacles cinématographiques*, CNC, mars 2012.
- *La production audiovisuelle aidée en 2011*, CNC, avril 2012.
- *La diffusion de la fiction à la télévision en 2011*, CNC, avril 2012.
- *Bilan 2011*, CNC, mai 2012.
- *Le marché de l'animation en 2011*, CNC, juin 2012.

Categorie

1. Articles & chroniques

date créée

20 mars 2012

Auteur

benoitdanard