
Cinéma européen : les coproductions réalisent de meilleures performances que les films nationaux

Description

Les films qui font l'objet d'une coproduction entre plusieurs États européens se vendent mieux que les films nationaux produits en Europe, selon une étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA) présentée au Forum du Conseil de l'Europe sur les politiques cinématographiques, à Cracovie, en septembre 2008.

L'étude de l'OEA, basée sur un échantillon de 5 400 films sortis en salle dans 20 marchés européens entre 2001 et 2007, analyse la circulation et les performances des coproductions européennes, tout à la fois à l'intérieur et à l'extérieur des marchés nationaux. Ainsi, l'OEA dresse trois constats. Premièrement, les coproductions européennes sont distribuées dans au moins deux fois plus de pays que les films nationaux : 77 % des coproductions sortent en salle dans au moins un marché non national contre 33 % pour les films nationaux. Deuxièmement, les coproductions comptabilisent également 2,7 fois plus d'entrées que les films nationaux. Et, surtout, troisième constat, elles réalisent plus d'entrées dans les pays qui n'ont pas participé au financement de leur production : « *Les entrées non nationales représentent 41 % du nombre d'entrées totales pour les coproductions, en comparaison des 15 % pour les films entièrement nationaux* ».

L'OEA explique en partie le plus grand succès des coproductions, comparées aux films nationaux, par des budgets plus importants et donc une qualité de production supérieure, ensuite par un meilleur accès aux diffuseurs et distributeurs internationaux, et enfin par des sujets dont la notoriété dépasse les frontières. L'étude précise également qu'une distribution des rôles bien équilibrée entre acteurs nationaux et acteurs internationaux facilite le succès des coproductions en dehors des pays producteurs.

Créé depuis plus de quinze ans, le programme MEDIA de soutien à l'industrie audiovisuelle européenne a été doté en 2007 de plus de 750 millions d'euros pour une période de sept ans. Chaque année, près de 300 films européens en bénéficient, ainsi qu'une cinquantaine de films européens distribués en dehors de leur pays d'origine.

Un nouveau plan baptisé MEDIA Mundus, visant à développer la coopération avec des pays tiers (hors Europe), afin d'y augmenter la part de marché des films européens, et réciproquement, investira 60 millions d'euros à partir de 2011. L'objectif est en fait de contrer l'hégémonie américaine en favorisant les échanges de films et en assurant une meilleure distribution en Europe comme dans les pays tiers privilégiés, notamment le Canada, l'Australie, le Japon, l'Inde ou la Chine.

Sources :

- « The circulation of European co-productions and entirely national films in Europe », Martin Kanzler in collaboration with Susan Newman-Baudais and Andre? Lange, European Audiovisual Observatory, August 2008.
- « L'UE compte remettre en question la re?gle hollywoodienne », euractiv.com, 11 juin 2008.
- « Selon une e?tude, les coproductions europe?ennes re?ussissent mieux », euractiv.com, 16 septembre 2008.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date créée

22 septembre 2008

Auteur

françoise