

Éric DUBET

ÉCONOMIE DU CINÉMA EUROPÉEN :

DE L'INTERVENTIONNISME
À L'ACTION ENTREPRENEURIALE

L'Harmattan
5-7, rue de l'École Polytechnique
75005 Paris - FRANCE

L'Harmattan Inc.
55, rue Saint-Jacques
Montréal (Qc) - CANADA H2Y 1K9

TABLE DES MATIERES

<i>INTRODUCTION</i>	7
Chapitre 1 – La filière cinématographique européenne dans sa diversité	25
1. Définition de la filière cinématographique	25
2. Production, distribution, exploitation de longs métrages en Europe	30
2.1. La production.....	30
2.1.1. Le rôle du producteur.....	30
2.1.2. Le stade productif : analyse statistique.....	33
• Les films produits	33
• Les origines de la chute de la production.....	45
2.2. La distribution.....	49
2.2.1. Le rôle du distributeur.....	49
2.2.2. Quelques éléments comparatifs sur la distribution européenne	51
2.2.3. La distribution : maillon essentiel de la filière	59
2.3. L'exploitation	63
3. Conclusion	75
PREMIERE PARTIE – UN CINEMA SOUS PROTECTION ETATIQUE	79
Chapitre 2 – Les fondements du soutien public dans l'industrie européenne du cinéma	81
1. Economie standard et intervention publique : quelques généralités	82
2. Le service cinématographique-service collectif divisible : l'allocation publique discutable	86

3. Le cinéma : une activité culturelle placée sous tutelle	87
4. Cinéma et politique industrielle	91
5. « La loi de la fatalité des coûts » de Baumol	94
5.1. Etude appliquée	94
5.2. Produit télévisuel et méga-production : deux alternatives à l'interventionnisme ?	99
6. Conclusion	103
Chapitre 3 – Les systèmes nationaux de soutien public : des modèles différenciés	105
1. Le système allemand : un soutien diversifié	106
1.1. Le FFA (Filmförderungsanstalt)	106
1.2. Le BMI (Bundesministerium des Innern)	109
1.3. Le Kuratorium Junger Deutscher Film.....	109
1.4. Les sources de financement au niveau régional	110
1.4.1. Le land de Berlin.....	110
1.4.2. Le land de Hambourg.....	111
1.4.3. Le land de Bavière	112
2. Le système britannique : un système atypique.....	112
3. Le système danois : quelques similitudes avec le système français	117
4. Le système espagnol : un système en constante évolution	119
4.1. Première étape : 1975-1983	119
4.2. Deuxième étape : 1983-1989	119
4.3. Troisième étape : depuis 1989	120
4.4. Les aides régionales.....	124
5. Le système français : le modèle.....	125
5.1. Le Centre national de la cinématographie.....	125
5.2. Le compte de soutien : origine et répartition des fonds	127
5.2.1. L'origine des fonds	127
5.2.2. La répartition des ressources.....	130
6. Le système italien : du cinéma « public » au cinéma commercial.....	136
7. Le système néerlandais : entre culturel et économique.....	138

8. Le système suisse : le développement culturel prioritaire	141
9. Les mesures complémentaires aux programmes de soutien européens	144
9.1. Le contrôle de la consommation ou la tutelle à la consommation	144
9.2. La chronologie des médias : pour une sauvegarde du service cinématographique.....	149
10. Conclusion	154
Chapitre 4 – La politique audiovisuelle européenne	157
1. Le soutien à l'industrie des programmes.....	158
1.1. Le programme MEDIA de la Commission européenne ...	158
1.1.1. Rappel sur MEDIA I et les projets encore en activité.....	159
1.1.2. MEDIA II : présentation et bilan	169
1.2. Le fonds européen de soutien Eurimages du Conseil de l'Europe	178
2. Le cadre réglementaire.....	185
2.1. La directive Télévision sans frontières (Union européenne)	186
2.2. La Convention européenne sur la télévision transfrontière (Conseil de l'Europe).....	187
2.3. La Convention européenne sur la coproduction cinématographique (Conseil de l'Europe)	187
3. Conclusion : l'intervention publique dans une industrie culturelle	189
SECONDE PARTIE – UNE INDUSTRIE EN MOUVEMENT	191
Chapitre 5 – L'émergence de nouveaux financements et ses implications	197
1. Banque et cinéma en Europe	198
2. Les sociétés financières spécialisées en France.....	202
3. Les sociétés de droits : un nouvel axe de développement.....	203
4. Le fonds de garantie : un outil indispensable.....	206

5. Les incitations fiscales à l'investissement cinématographique.....	210
6. Conclusion.....	215
Chapitre 6 – Les réponses des firmes aux transformations du marché.....	217
1. Typologie des choix stratégiques des firmes.....	217
2. Les orientations stratégiques des firmes cinématographiques.....	220
2.1. La « stratégie télévision ».....	220
2.1.1. Précisions sur la coopération cinéma-télévision.....	221
2.1.2. Collaboration cinéma-télévision et évolutions économiques et esthétiques.....	230
2.1.3. Système de télévision mixte et cinéma.....	237
2.1.4. Conclusion.....	240
2.2. La « méga-production » : pour une différenciation du film.....	242
2.3. La concentration de l'activité.....	245
2.4. La multinationalisation : de la recherche de nouveaux débouchés à la délocalisation de la production.....	251
2.5. L'internalisation des activités ou cinéma et intégration ...	256
3. Conclusion : une industrie européenne du film dynamique.....	261
CONCLUSION.....	263
BIBLIOGRAPHIE.....	267
LISTE DES SIGLES UTILISÉS.....	277
LISTE DES TABLEAUX.....	281
TABLE DES MATIÈRES.....	283