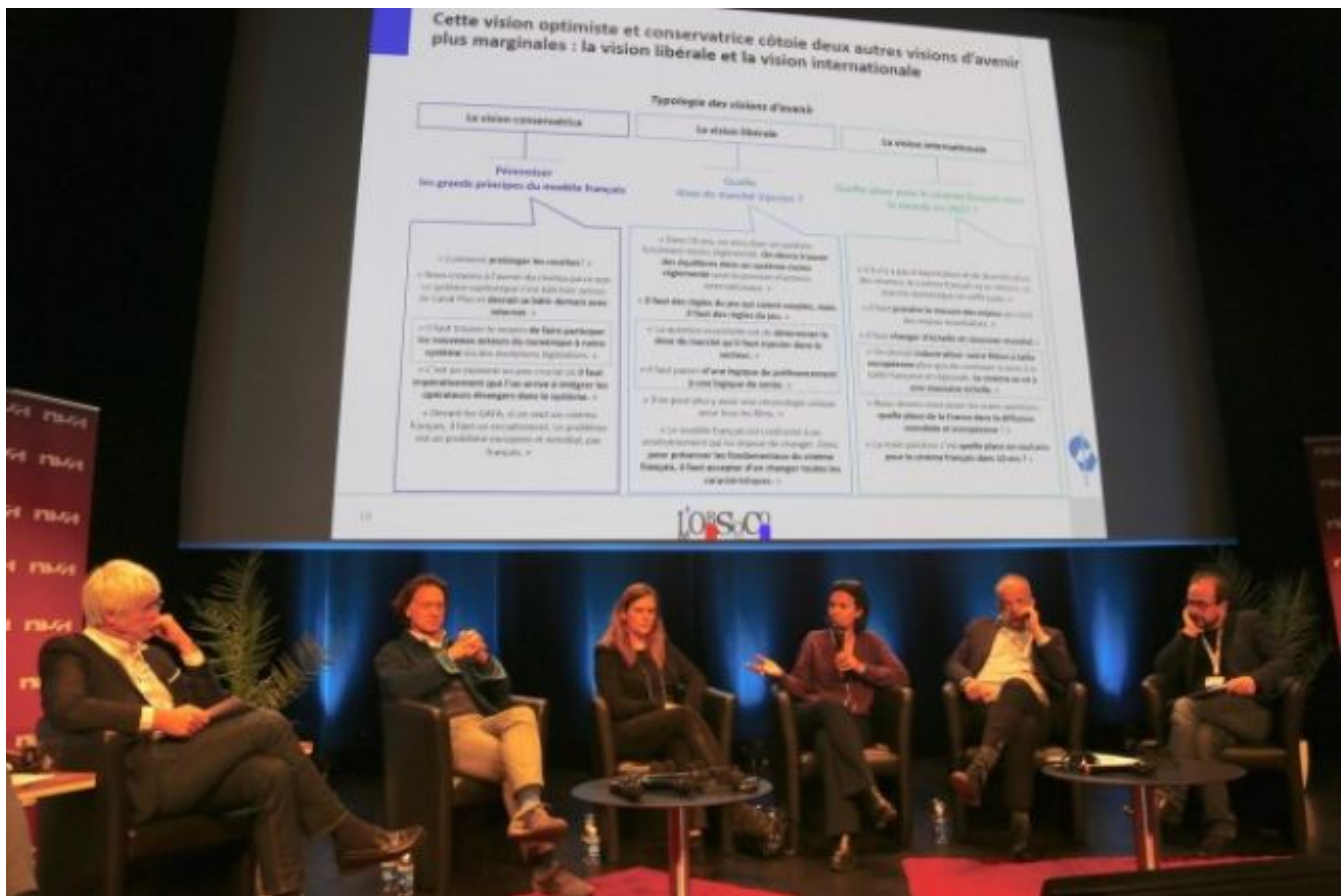




Souhaitant entrevoir comment les professionnels du cinémas perçoivent le futur de leur filière, UniFrance a commandité une étude à l'Observatoire Société et Consommation (Obsoco). Cette étude a été dévoilée lors de la table ronde « Le cinéma français est-il vraiment prêt pour la révolution numérique ? » organisée la semaine dernière sur le Colloque NPA / le Figaro pendant Séries Mania à Lille...



Résultat d'un travail d'enquête auprès de 660 professionnels de la filière cinématographique (producteurs, distributeurs, exploitants, artistes, syndicats) et d'acteurs externes (consultants, chercheurs), avec en complément une série d'entretiens semi-directifs de personnalités majeures du secteur, l'enquête aidera UniFrance à mieux appréhender l'impact du numérique sur le cinéma français à l'exportation. En voici les grandes lignes ...

Un sentiment de crise et le numérique désigné comme le premier responsable des changements structurels...

- 94% des professionnels interrogés envisagent une accélération du changement par rapport à ce que la filière a connu ces 10 dernières années et la communauté pense majoritairement (65%) que les changements à venir impacteront en premier lieu la réglementation et presque à rang égal généreront de nouveaux modèles économiques pour le secteur (en raison de la multiplication des plateformes SVOD, VOD). Les nouveaux entrants, principalement les GAFAs, issus d'autres secteurs, changeront aussi beaucoup la donne ...

Un paysage envisagé comme bouleversé mais des professionnels optimistes...

- Si les professionnels ont du mal à se projeter dans 10 ans, nombreux sont ceux qui envisagent la mondialisation comme positive et 61 % d'entre-eux projettent une croissance du marché mondial avec comme facteurs clés : une mondialisation renforcée avec l'essor de pays émergents à 35%, l'apparition de nouveaux modes de diffusion numérique 28%, un dynamisme de l'offre 17% et un renforcement de la demande de programmes cinéma 14%... (Ils ne sont que 7% à envisager une régression).

- Dans ce paysage pour lequel les professionnels entrevoient une évolution favorable, 79% des répondants expriment l'idée que les films français ne sont pas suffisamment visibles aujourd'hui sur les plateformes internationales mais la moitié des personnes interrogées imaginent que cette problématique sera moins prégnante dans 10 ans... (pour 14%, la visibilité des films français pourrait augmenter significativement et modérément pour 36%).

Quid du financement des films...

- La profession envisage un futur où le financement des films par les plateformes VOD sera en hausse : 70% des interrogés en sont persuadés. Et plus de 40% des sondés imaginent que le rôle du Crédit d'Impôt, des financements étrangers, des concours privés et du crowdfunding sera également plus important (41 à 46%)... En contrepartie, les interrogés envisagent une nette régression (de 49 à 66%) des financements via la marge distributeur, la coproduction et le préachat TV...

Quant à l'idée d'une plateforme numérique dédiée à la mise en valeur du cinéma français...

- 59% des répondants disent « oui » mais envisagent plutôt une initiative développée à l'échelle européenne plutôt que française (80% vs 9%)... Cependant lorsque l'idée est creusée, les personnes sondées expriment l'idée que s'appuyer sur de l'existant serait quand même mieux...

- Mais comme le souligne l'un des interviewés : "Le sujet n'est pas d'être en ligne, le sujet c'est d'être exposé !" Au cours de l'enquête, 4 principaux champs d'actions pour renforcer la

présence et la visibilité des films français sur les plateformes existantes ont d'ailleurs été identifiés :

- Commercial : privilégier la vente indirecte via un distributeur ou un agrégateur expérimenté;
- Marketing : créer un environnement promotionnel autour de l'offre de films français;
- Technique : améliorer certaines des fonctionnalités techniques des plateformes;
- Juridique : créer des conditions attractives pour les ayants-droit.

Cette étude, par le paradoxe de certaines réponses révèle toute la complexité du choc numérique. Si elle met en évidence un consensus de la profession quant à sa représentation du présent, elle révèle un inconfort à se projeter dans 10 ans et une certaine rigidité vis-à-vis de l'émergence de business modèles liés au numérique...

Cette inertie est-elle culturelle ? Institutionnelle ? Quoi qu'il en soit si les professionnels français restent dans leur attentisme, les modes de consommation des images et les circuits de financement évoluent quant à eux rapidement, parallèlement à une montée en puissance quotidienne de nouveaux acteurs... Les enjeux sont de taille et il est déjà tard pour envisager des réponses qui inversent le cours de l'histoire mais l'étude et la table ronde ont mis en exergue quelques points sur lesquels il conviendrait de s'attarder, à commencer par la nécessité de concevoir une vision claire et collective de ce qu'est le cinéma aujourd'hui. À de là, il sera beaucoup simple d'envisager de façon pragmatique la place du cinéma français dans le monde en 2027 !

Source : Medioakwest : rédigé par Nathalie Klimberg