

# DE NOUVELLES VOIES POUR LA DIVERSITE DU CINEMA EN EUROPE?

## RESUME

ANALYSES DES EXPERIMENTATIONS DANS LE CADRE DE L'ACTION PREPARATOIRE<sup>1</sup>

"LA CIRCULATION DES FILMS A L'ERE NUMERIQUE"

(PARLEMENT EUROPEEN ET COMMISSION EUROPEENNE)

THOMAS PARIS

CHERCHEUR AU CNRS ET PROFESSEUR AFFILIE A HEC

12 MAI 2014

<sup>1</sup> GROUPEMENTS PARTICIPANT A L'ACTION PREPARATOIRE :

EDAD, coordonné par Curzon Film World

SPEED BUNCH, coordonné par Wild Bunch

TIDE, coordonné par L'ARP, Société des Auteurs Réalisateurs Producteurs



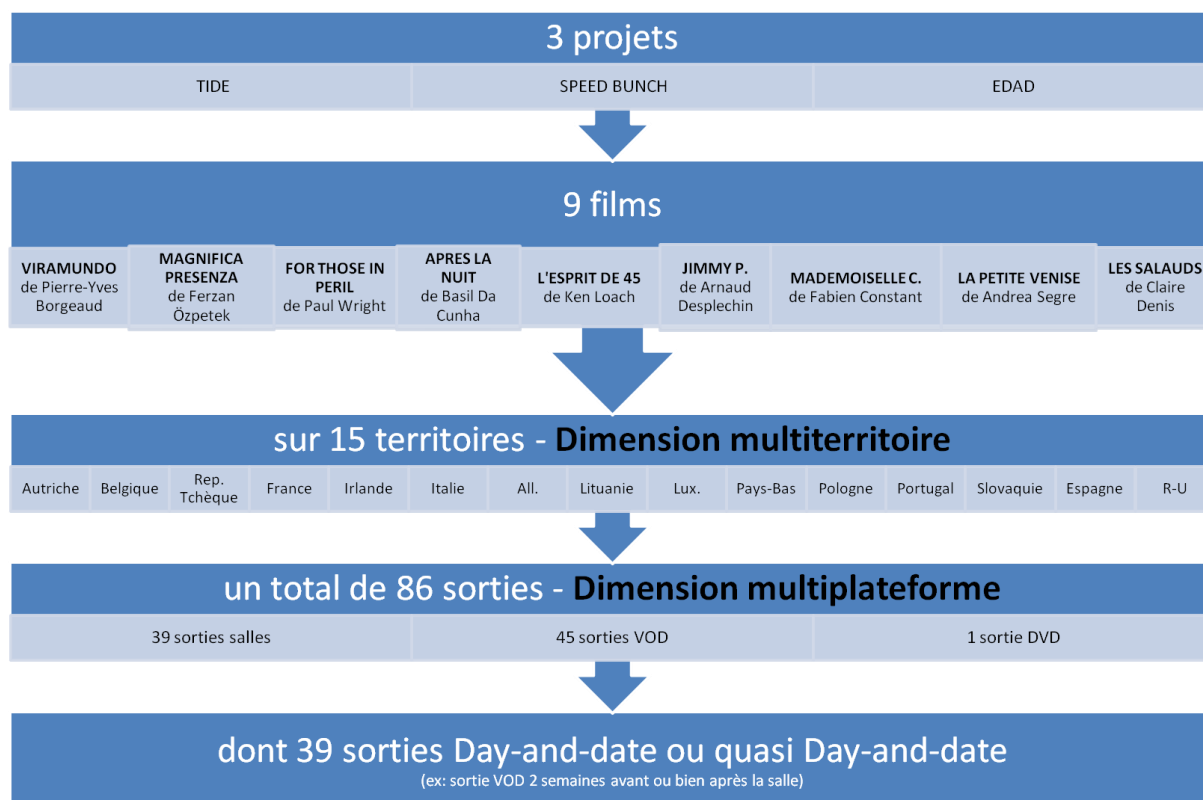
Le numérique, les nouvelles formes de diffusion et de consommation des œuvres, le piratage, la saturation croissante des écrans, l'arrivée de nouveaux acteurs économiques sont quelques-uns des éléments qui transforment le paysage du cinéma. Le Parlement européen a initié un programme d'expérimentations pour faire de ces menaces des opportunités, dans une visée d'améliorer la circulation des films en Europe. Ces expérimentations, portées par plusieurs acteurs du cinéma en Europe, ont donné lieu à plusieurs sorties de films sur des séquences de modes de diffusion innovants, et dans une dynamique multi-territoriale. Tandis que de nombreuses expériences spontanées se sont multipliées depuis quelques années, principalement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, sur des sorties simultanées salle-VOD (Day-and-Date), sur des avant-premières VOD (ultra-VOD), ou sur des sorties exclusives en VOD (Direct-to-VOD), l'expérimentation impulsée par le Parlement européen s'est efforcé d'inclure la dimension multi-territoriale, pour favoriser la sortie simultanée de films dans plusieurs pays européens.

TABLEAU 1: LES PROJETS CONSTITUTIFS DE L'EXPERIMENTATION

Projets	Entreprises et organisations
<b>EDAD</b>	Curzon Film World (d), Cinemien (d), Golem (d), Associacao Il Sorpasso (d), Artcam (d), Adriana Chiesa(vi), Wild Bunch (vi)
<b>Speed Bunch</b>	Groupe Wild Bunch : Wild Bunch (vi), Elle Driver (vi), Wild Bunch Distribution (d), Wild Side Vidéo (ag ; d), BIM Distribuzione (d), Wild Bunch Germany (d), Vertigo (d), FilmoTV (dn)
<b>TIDE</b>	L'ARP (op), Fandango (vi), Portobello (vi), Goldcrest (vi), Protagonist (vi), Urban Distribution International (vi), Wide (vi), Europa Distribution (op), Under the Milky Way (ag.), IPEDA (op), partenaire associé : The Film Agency (am)

ag. : agrégateur VOD, am: agence marketing, d: distributeur, dn: distributeur numérique, vi: ventes internationales, op: organisation professionnelle

FIGURE 1: L'EXPERIMENTATION EN PRATIQUE



Il ne fallait pas attendre de ces expérimentations qu'elles dégagent de grandes conclusions définitives. Le caractère essentiellement unique de chaque sortie, la portée limitée des expérimentations, impliquant des plans de sortie modestes, et le caractère très novateur pour le public de ce type de sorties l'interdisent. Néanmoins, nous avons pu mettre en évidence quelques résultats sur 3 dimensions : la disponibilité des films, l'économie des films, l'économie globale de la filière.

### La disponibilité des films

Les films de l'expérimentation ont eu des plans de sortie en salles limités, qui font qu'ils ne sont accessibles que pour une part réduite de la population des territoires considérés, de 17 % à 50 % pour les cas étudiés.

TABLEAU 2 : DISPONIBILITE DE VIRAMUNDO SUR SES TERRITOIRES D'EXPLOITATION<sup>1</sup>

Territoire	Nombre de villes	Taux de couverture
<b>Pologne</b>	13	41%
<b>Portugal</b>	3	39%
<b>Lituanie</b>	4	34%
<b>Italie</b>	8	32%
<b>France</b>	31	24%
<b>Royaume-Uni</b>	7	17%
<b>Pays-Bas</b>	6	27 %
<b>Belgique</b>	7	29 %
<b>Luxembourg</b>	1	22 %

La diffusion simultanée ou quasi simultanée des films en VOD permet d'élargir le public potentiel des films, et de rendre son accessibilité plus homogène sur chaque territoire. Dans d'autres cas, la distribution en VOD permet au film d'être disponible sur des territoires dans lesquels il n'a pas accès à la diffusion en salles. *The Spirit of '45* a ainsi été proposé en VOD en Allemagne sans avoir fait l'objet d'une exploitation en salles. Selon les films, ce sont plusieurs dizaines de millions de spectateurs supplémentaires potentiels qui auront pu avoir accès au film au moment de sa sortie, ce qui correspond à des augmentations d'audience potentielle qui peuvent aller jusqu'à 175 % sur un territoire donné, et qui sont de l'ordre de 40 à 55 % sur l'ensemble des territoires d'exploitation pour les cas étudiés.

### **L'économie des films**

Les effets positifs sur l'économie des films des sorties conjointes résultent de plusieurs effets, parmi lesquels les recettes supplémentaires et les synergies sur les frais de sortie entre salle et VOD sont les plus notables.

La mise à disposition des films en VOD ne s'est pas traduit par un nombre de transactions (achat ou location) très important. Sur un territoire donné, elles sont de l'ordre de plusieurs centaines, et, en moyenne, représentent environ 40 % des entrées en salle du territoire considéré. Mais ce nombre varie selon les films et les territoires : il peut prendre des valeurs marginales (3 % d'audience supplémentaire pour *Viramundo* en Pologne, 4 % pour *The Spirit of '45* en Belgique), ou au contraire représenter une augmentation substantielle de l'audience des films (181 % d'audience supplémentaire pour *For those in peril* en Italie).

---

<sup>1</sup> La comparaison entre les pays est à prendre avec précaution, dans la mesure où les mesures des aires urbaines peuvent varier d'un territoire à un autre.

L'influence de l'écart entre la sortie en salles et la sortie VOD est notable : le rapport entre le nombre de transactions VOD et le nombre d'entrées en salles est maximal lorsque les deux sorties sont simultanées.

À ce stade, les expérimentations n'ont pas permis de constater de synergies dans les sorties multi-territorial : la promotion faite à l'échelle d'un territoire n'a pas d'effets sur d'autres territoires.

### L'économie de la filière

L'une des principales réticences aux expérimentations de D&D porte sur la mise en péril de l'économie générale du cinéma, par la mise en danger de la salle.

La question de la cannibalisation n'est pas simple à traiter, principalement parce qu'il est difficile d'évaluer quelle part de spectateurs serait allé voir le film en salle s'il n'était pas sorti en VOD. Les données des expérimentations peuvent donner des indications, mais à la portée limitée, du fait de la petitesse des chiffres de ventes d'une part, de l'hétérogénéité des territoires d'autre part.

Néanmoins, l'on peut observer, pour quelques cas, que les transactions VOD<sup>2</sup> sont relativement dispersées et interviennent pour une part significative dans des aires où le film n'était pas disponible en salles : cette part va de 50 % à 78 % sur les trois cas analysés : *Viramundo* en Italie, *The Spirit of '45* en Italie et en Espagne.

En faisant exception des grandes métropoles, dans lesquelles la notion de disponibilité d'un film, diffusé dans un nombre très limité de salles, est difficile à appréhender, les transactions de VOD sont réparties sur l'ensemble des territoires et interviennent principalement dans des zones où le film n'est pas diffusé en salles.

TABLEAU 3: REPARTITION DES TRANSACTIONS VOD  
PENDANT LA PERIODE D'EXPLOITATION DU FILM EN SALLES

Film	Territoire	Transactions VOD en métropoles <sup>3</sup>	Transactions VOD dans les autres zones d'exploitation des films <sup>4</sup>	Transactions VOD hors zones d'exploitation des films <sup>5</sup>
<i>Viramundo</i>	Italie	22 %	6 %	72 %
<i>The Spirit of '45</i>	Italie	42 %	8 %	50 %
<i>The Spirit of '45</i>	Espagne	46 %	4 %	50 %

<sup>2</sup> Analyse effectuée à partir des transactions effectuées sur iTunes, seule plateforme pour laquelle nous avons eu accès aux codes postaux des consommateurs VOD.

<sup>3</sup> Part des transactions VOD réalisées dans les métropoles (aires urbaines de Barcelone et Madrid, Milan et Rome).

<sup>4</sup> Part des transactions VOD réalisées sur des territoires d'exploitation du film en salle (hors métropoles).

<sup>5</sup> Part des transactions VOD réalisées sur des territoires d'indisponibilité du film en salle (hors métropoles).

## Conclusion

Les expérimentations conduites ont fait apparaître quelques résultats intéressants :

- la bouffée d'oxygène qu'offrent les sorties innovantes, en D&D ou en Direct-to-VOD, pour un certain nombre de films, qui peuvent bénéficier d'une exposition accrue, à coûts moindres, dans un marché saturé ;

- la plus grande accessibilité, pour les publics du cinéma, de certains films ;

- les avantages de ces sorties innovantes pour l'économie des films, sur trois postes : les revenus supplémentaires générés par la VOD, l'économie des coûts de copie, et les synergies possibles sur les frais de promotion.

- sur l'économie de la filière, les expérimentations ne semblent pas indiquer de risque majeur : la consommation en VOD porte principalement sur des zones dans lesquelles le film n'est pas ou peu accessible en salles.

Dans un contexte très évolutif, du fait du développement des usages numériques, et de l'arrivée de nouvelles offres, ces expérimentations ont permis aux différents acteurs impliqués de se préparer à l'accélération de l'évolution des pratiques.

Plusieurs pistes apparaissent pour poursuivre d'interroger les modalités de diffusion du cinéma à l'ère du numérique :

- des schémas de diffusion multiples peuvent être testés, en jouant sur la durée des fenêtres d'exploitation : il s'agit de préciser l'articulation entre la diffusion en salles et la diffusion en distribution numérique, et de comprendre à quels types d'usages, de publics, et de films ces différents modes correspondent ;

- les synergies entre le marketing traditionnel, plus adapté à la salle, et les nouvelles formes de marketing, touchant plus facilement le public des formes de consommation numériques, peuvent être explorées plus avant : il s'agit par là de continuer à faire évoluer le marketing des films pour l'adapter au nouveau contexte ;

- la dimension multi-territoriale peut être amplifiée. Les résultats décevants aujourd'hui doivent être lus dans un contexte dans lequel la disponibilité simultanée des films n'est pas une réalité pour les amateurs du cinéma en Europe, et dans lequel le rôle de la viralité trans-territoriale reste encore limité. L'on peut penser qu'une installation des sorties multi-territoriales rendra les amateurs de cinéma plus sensibles à ce type de sorties, et que les synergies dans la distribution sur plusieurs territoires augmenteront.