

La télévision, grand argentier du cinéma

Savez-vous que lorsque vous regardez un film à la télévision, sa programmation est prévue de longue date ? Ceci ne se décide pas après l'exploitation en salle et en DVD. Non, la programmation se fait bien en amont... En effet, dès que les projets sont lancés, les chaînes se positionnent dans les tours de table, et investissent sur les films qui les intéressent pour leur grille de programmation. On est arrivé à cette situation, grâce à un système de compensation unique au monde. Pour contrer et compenser l'effondrement des recettes dans les salles de cinéma, dans les années 90, l'Etat français a imposé qu'une certaine somme soit prélevée sur les chiffres d'affaires des télévisions. C'est ainsi 3,2% du chiffre d'affaire de chaque chaîne qui est investi tous les ans dans la production cinématographique. Sur l'année 2005, ceci représente tout de même la somme non négligeable de 300 millions d'euros (soit près d'un tiers des investissements de l'année dans le cinéma !). En 2005, sur 240 films agréés, les chaînes en clair ont ainsi financé 99 films (contre 105 en 2004). TF1 a investi par exemple, sur 20 films. Les investissements de M6 sont restés stables, avec une dizaine de films, pendant que France Télévision a mis la main à la poche sur 55 films. A noter que près de 70% des investissements des chaînes en clair, sont en fait des préachats



de droits de diffusion. Côté monnaie sonnante et trébuchante, TF1 consacre en moyenne plus de 2 millions d'euros aux films (entre 1 et 6 millions). France 2 apporte en moyenne moins d'un million d'euros (de 0,30 à 2,30M€) et France 3 se trouve dans la même fourchette moyenne (de 0,45 à 1,8M€). M6 investit 1,40 millions d'euros en moyenne (0,23 à 2,85M€) et enfin Arte apporte 0,37 millions d'euros (0,25 à 0,60M€). Canal+, la chaîne à péage est elle obligé de consacrer 12% de son chiffre d'affaire à la création cinématographique. Autoproclamée chaîne

du cinéma (et du football), Canal a investi sur près de 120 films pour un montant global de 126 millions d'euros. L'investissement de Canal+ couvre à lui tout seul, près d'1/6^{ème} de l'ensemble des investissements français de l'année. Toutefois il est bon de nuancer ce chiffre, car cette proportion est en baisse régulière ces dernières années : 16,7% en 2004, 16,4% en 2003, 18,1% en 2002, 21,0% en 2001 et 21,9% en 2000, etc. Autre chaîne à péage, TPS cinéma et ciné cinéma participent aussi, avec 45 films pour la première, et 67 films pour la seconde. Pour beaucoup, ce système a sauvé le

cinéma français de la faillite que certains de ses voisins ont connue. Ce préfinancement serait en effet censé préserver la diversité de notre cinéma, par sa répartition. Toutefois, le problème est que le cinéma français est devenu dépendant de la télévision. Cette dépendance vis-à-vis de l'argent des télévisions, contraint les réalisateurs à de nombreuses concessions. Investir donne des droits, et la télévision fait un peu la pluie et le beau temps dans le ciel cinématographique français. Etre soutenu par une chaîne aide à trouver plus facilement d'autres actionnaires pour un projet, car il rassure sur sa viabilité.

TF1 et M6 misent par exemple gros sur peu de films, alors que France Télévision investit à la fois sur des valeurs sûres (Camping...) génératrices d'audimat, mais prend aussi quelques risques (Mauvaise Foi, ou Indigènes). Canal+ accusé à tort de privilégier les superproductions, mise beaucoup. La chaîne a de plus gros besoins que les autres. Les films à gros casting, mais aussi les films à petits budgets, bénéficient ainsi des largesses de la chaîne à péage. Mais attention, c'est parce que la loi lui impose cette répartition de sa contribution... Les chaînes sont donc une manne indispensable au cinéma français. Il faut

tout de même nuancer ces chiffres, car si les apports continuent de grimper en volume, ils représentent de moins en moins par rapport aux budgets de production des films, qui eux augmentent aussi en parallèle. Ainsi, en 2005, les chaînes ont fourni près de 30% du budget des films français, contre près de 40% en 2004, et plus de 57% en 2003. Ceci est à la fois positif et négatif : le cinéma français serait moins dépendant de sa télévision, mais les faits démontrent le contraire. Les canaux ont encore leur mot à dire pour les gros budgets, et leur appuie contribue souvent au succès futur d'un film

ALEXANDRE VOGLER

L'art ou l'argent

Aux Etats Unis, dans la course à la rentabilité, le cinéma formaté des grands studios laisse peu de place à l'improvisation.

Avec un peu d'auto dérision, ils pourraient en faire un film à succès ! David contre Goliath. Le cinéma indépendant contre les grands studios de production. Aux Etats Unis, c'est comme ça que ça se passe. Pas d'aides de la télévision, ou de loi favorisant la diversité. Ici, au pays du business roi, le cinéma indépendant doit se battre pour exister face à des films aux budgets de plus en plus démesurés. Mais ce combat dépasse celui du simple budget. Il oppose également deux conceptions très différentes du cinéma. Engageant peu d'argent, et donc de risques dans leurs films, les indépendants peuvent prendre des risques inimaginables pour les poids lourds du secteur. Car les majors veulent des garanties avant d'investir dans un scénario. Du coup, on assiste à une standardisation des contenus du grand écran. Les cartons du box office se ressemblent de plus en plus. Une comédie romantique connaît le succès ? On épuise le filon jusqu'à la nausée.

Annihiler les tentatives de prise de risque revient presque à tué la création. C'est pourtant ce que fait, sans le dire, l'industrie du film outre atlantique. Car c'est bien d'industrie qu'il s'agit. Quand on parle du septième art aux Etats Unis, on parle en effet de « The film Industry ». Et comme dans toute usine, on recherche d'abord la productivité. Pas question de proposer au consommateur un produit dont on est pas sur de tirer un maximum de bénéfices. Les films d'animations sont LE produit phare de ces dernières

années, suivis de près par les adaptations de livre fantastiques qui les suivent de près. Derrière, les comédies constituent des valeurs sûres. A chaque fois, la recette est la même. Un budget conséquent, un scénario plus ou moins fiable et une brochette de stars. Retour sur investissement garanti. Face à cette machine bien huilée, les producteurs indépendants ont il leur chance. Oui ! A certaines occasions, les « Indy » comme on les appelle là-bas, montre que l'audace peut plaire. Les cols blancs d'Hollywood sont alors en général très jaloux et se demandent comment on peut faire venir des spectateurs sans aligner les stars et les dollars. Même aux Etats Unis, le cinéma de qualité a un public. Dans un registre particulier, les récents succès des documentaires de Michael Moore ou Al Gore le prouvent.

Modèle français. En France, l'apport d'une part des bénéfices de la télévision comme aide au cinéma préserve le grand écran français d'une telle situation. Bien sur, la distinction souvent opérée entre cinéma d'auteur et grand public peut faire écho au modèle américain. Mais le fossé reste infiniment moins marqué dans nos contrées. Surtout, la notion d'art à part entière reste forte en France. Une œuvre, qu'elle soit audiovisuelle ou pas, implique un processus de création. A ce titre, les films français restent des œuvres et non pas des recettes appliquées à la lettre comme peuvent l'être les cartons du box office US. Quoi qu'il arrive, une recette, même si elle est excellente, finit toujours par lasser quand elle est servie trop souvent. La création, elle, étonne toujours.

ALAIN MATTEI

edito

Dimanche soir, 20h50. Il suffit d'allumer sa télé, pour constater que les programmes ne sont plus les mêmes qu'il y a quelques années. Le film «mythique» n'a plus sa place ni sur TF1, ni sur France 2. Les deux grandes chaînes préfèrent investir sur des valeurs sûres et qui rapportent. Avec l'apparition de la télé-réalité, il y a 5 ans, le paysage audiovisuel a été modifié. Aujourd'hui, plus que les «Loft story» & Cie, ce sont les séries, la plupart américaines qui menacent les «œuvres audiovisuelles». Selon les spécialistes, le spectateur raffole de ces programmes plus courts. Toutes les chaînes, soucieuses de satisfaire le public, mais surtout obsédées par l'audience n'ont pas hésité à supprimer de leur grilles les œuvres cinématographiques. Il faut dire que pour les responsables de chaînes, c'est bien plus rentable de diffuser des séries plutôt qu'un film de minimum une heure et demi. D'une part, la recette publicitaire est presque doublée avec un programme comme «Les experts». D'autre part, les groupes audiovisuels prennent moins de risques. «C'est un programme plus court, plus attractif et qui captive un public beaucoup plus large» Le débat autour de la question de «l'œuvre audiovisuelle» est actuellement très animé. Encore faudrait-il que les chaînes leurs accordent une place au détriment de quelques navets. L'appât du gain fait oublier le rôle de la TV comme vecteur de culture. En plus de redéfinir l'œuvre audiovisuelle, le temps de s'interroger sur les grilles de programmes, et la place qu'occupent les séries sera un des thèmes les plus importants du débat qui se tiendra à l'Assemblée Nationale en février prochain. L'avenir du petit écran en dépend.

MARAL AMIRI

Karine Abram-Profeta, une des responsables du département série de TF6

Les séries vont-elles tuer les films ? Les séries ne pourront jamais enlever les films du paysage audiovisuel français, ni mondial. Beaucoup trop de personnes s'identifient à ces films. Le film du dimanche sur TF1 est un mythe pour beaucoup de téléspectateurs, voire une institution. Son remplacement par Les Experts a certes fait des heureux et des bonnes audiences, mais la première chaîne a perdu un public qui lui était fidèle depuis de nombreuses années. Mais aujourd'hui toutes les médias sont à la recherche de nouveaux fidèles peut être un peu plus jeune.

Pourquoi favoriser les séries par rapport aux œuvres audiovisuelles ? Le format «52 minutes» est arrivé en France il y a peu de temps. Aux Etats-Unis, il est présent depuis longtemps. C'est moins long, plus attractif, et

surtout ça plaît à tout le monde, à l'inverse des films qui n'arrivaient que très peu à captiver un public très large. Ce qui fait que des groupes comme TF1 et M6 favorisent les séries face aux «œuvres cinématographiques de longue durée» c'est que c'est beaucoup plus rentable pour nous à tous les niveaux. Que ce soit les téléspectateurs, les encarts publicitaires, on est gagnant à chaque fois.

Les téléspectateurs peuvent-ils arriver à saturation avec des séries qui commencent à se ressembler ?

Je ne pense pas que les téléspectateurs arrivent un jour à en avoir marre de ce qu'on appelle «les nouveaux films». L'intrigue est différente à tous les épisodes et elles ne sont que très peu à se ressembler. De plus avec le développement des bouquets avec plus



de 100 canaux disponibles, les séries sont toutes différentes et les saisons se suivent sans vraiment de liens. Un des gros problèmes pour les acheteurs, c'est le téléchargement. Mais bon, je pense que les séries ont encore un bel avenir devant elles à l'inverse des œuvres audiovisuelles que je vois mal sur le petit écran dans dix ans.

Propos recueillis par Jonathan Certner