



**FOCUS  
CINÉMA**

Laurent Creton

# **L'ÉCONOMIE DU CINÉMA EN 50 FICHES**

6<sup>e</sup> édition

**ARMAND COLIN**

**Laurent Creton** est professeur à l'université Sorbonne Nouvelle – Paris 3. Spécialiste de l'économie du cinéma, de l'audiovisuel et des nouveaux médias, il a publié de nombreux articles et une quinzaine d'ouvrages consacrés à ces domaines, parmi lesquels *Économie du cinéma : perspectives stratégiques* (Armand Colin, 6<sup>e</sup> éd., 2020), *Histoire économique du cinéma français : production et financement (1940-1959)* (CNRS Éditions, 2004) et *Cinéma et marché* (Armand Colin, 1997).

Graphisme de couverture : Misteratomic

Composition : Nord Compo

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Armand Colin, 2005, 2008, 2012, 2016, 2020

© Nathan, 2003, pour la 1<sup>re</sup> édition

Armand Colin est une marque de  
Dunod Éditeur, 11 rue Paul-Bert, 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-200-62828-4

[www.armand-colin.com](http://www.armand-colin.com)

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2<sup>o</sup> et 3<sup>o</sup> a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.



# SOMMAIRE

<b>Avant-propos</b> .....	5
<b>1. Penser l'économie du cinéma</b> .....	9
L'art et l'approche économique .....	11
Marché et régulation.....	13
Économie de l'art et de la culture .....	16
La loi de Baumol.....	18
Art et industrie.....	20
Fordisme et industries culturelles.....	22
Les pratiques culturelles.....	25
<b>2. Les marchés du cinéma</b> .....	28
Consommations culturelles.....	31
Les dépenses en cinéma et audiovisuel.....	33
Le cinéma en salles face à l'audiovisuel.....	36
Circulation et valorisation des films.....	39
Le marché de la vidéo.....	41
Le cinéma français sur son marché.....	44
Faire face au cinéma américain .....	47
L'exportation du cinéma français.....	50
<b>3. Le public et les salles</b> .....	54
L'exploitation cinématographique.....	57
Les multiplexes .....	60
Les prix et la recette guichet .....	62
La concentration des entrées .....	65
Publics et spectateurs .....	68
Le public de cinéma.....	70

<b>4. Distribution et promotion</b> .....	72
Les distributeurs.....	75
La programmation des salles.....	78
Les sorties de films.....	81
Critique et promotion.....	83
Le marketing en question.....	85
Promotion et publicité.....	87
<b>5. Production et financement</b> .....	90
Les coûts de production.....	93
La fonction de producteur.....	95
Le financement du cinéma français.....	97
Le financement par les chaînes en clair.....	99
Les concours de Canal+.....	102
Cinéma et télévision.....	105
<b>6. Filière et stratégies</b> .....	108
Innovation et stratégies.....	111
La concentration.....	114
L'économie industrielle.....	116
Une structure oligopolistique.....	118
L'entreprise culturelle et sa gestion.....	121
<b>7. Politiques et régulation</b> .....	123
Le Centre national du cinéma.....	126
La politique culturelle en question.....	128
De l'intervention publique.....	131
Les enjeux de l'exception culturelle.....	134
L'avenir du système de régulation.....	136
<b>Conclusion</b> .....	138
<b>Glossaire</b> .....	140
<b>Bibliographie</b> .....	157



# AVANT-PROPOS

Le cinéma est un lieu commun. Au cours du xx<sup>e</sup> siècle, il est devenu l'un de ces espaces que l'on parcourt à sa guise, comme en terrain de connaissance : l'espace public par excellence. Chacun peut aborder ce monde à la fois mythique et ordinaire, singulier et universel. Chacun se le représente à sa manière, l'imagine, se sent fondé à porter jugement et à prendre parti : sur les films et aussi sur le microcosme bigarré qui leur permet d'exister. Cela contribue sans doute au charme d'un univers dont l'étude est interminable et ne peut en aucune façon se réduire à une approche qui prétendrait révéler une signification ultime.

Dans l'espace académique, le cinéma est généralement abordé en tant qu'art, et l'on adhère volontiers à cet engagement passionné ayant pour vocation d'exalter une poétique, de faire toujours renaître une pensée-cinéma et de promouvoir une théorie exigeante autour des œuvres. Il peut aussi être considéré comme spectacle, divertissement, activité marquée par des logiques industrielles, financières et commerciales qui le traversent et participent de sa constitution hybride. Le cinéma est une muse impure dont l'ambiguïté est riche de tensions qui contribuent sans doute grandement à son alchimie créative et participent d'une plasticité conduisant à renouveler sans cesse la question de sa définition. Avec la multiplication des écrans, le développement des plateformes telles que Netflix, le succès grandissant des séries et les évolutions des pratiques culturelles, sont relancées les interrogations sur son identité et son devenir.

## **Définition de l'objet d'étude**

Cet ouvrage présente et explicite les concepts fondamentaux nécessaires pour comprendre le cinéma dans son économie. Il propose des cadres d'analyse, donne des repères, fournit des grilles de lecture et suggère un

certain nombre de pistes d'approfondissement. Il réunit dans un même volume l'ensemble des bases indispensables pour aborder le cinéma dans ses dimensions socio-économiques, ce qui est d'autant plus utile que ces questions tendraient à être occultées, ou abordées selon des modalités qui font la part belle à l'intuition, à l'anecdotique ou au préjugé. Il s'agit d'expliquer, mais aussi de développer l'analyse à partir des principales problématiques sectorielles et ainsi d'aborder plusieurs débats contemporains relatifs à un champ qui suscite aisément les passions. Plus fondamentalement, la visée est de contribuer à penser l'économie du cinéma dans sa spécificité.

Dans son acception courante, le cinéma se définit d'abord par des films. Ceux que l'on peut voir en salles, c'est-à-dire pour l'essentiel des longs métrages de fiction qui composent la quasi-totalité du marché. C'est ce périmètre qui est habituellement retenu lorsque l'on parle d'économie du cinéma, conduisant à placer hors champ les courts métrages, le cinéma expérimental, les films de famille ou le cinéma amateur. Ils ont leur économie propre, mais sont *de facto* exclus du cadre tant leur poids mesuré selon les critères marchands est modeste. On les trouve dans les festivals, les musées ou les campus universitaires, mais il est bien rare qu'ils soient à l'affiche d'une salle de cinéma. C'est à l'aune de la fréquentation, de l'audience et des chiffres d'affaires qui en résultent que l'économie délimite habituellement son objet d'étude. Il convient donc d'être conscient du caractère arbitraire et réducteur de ce bornage, qui n'exclut pas de s'intéresser aussi aux autres dimensions des activités cinématographiques.

En ayant l'ambition de traiter d'économie du cinéma dans un nombre limité de pages, cet ouvrage est confronté au défi d'une réalité diversifiée dans ses ancrages géographiques et culturels. Dès ses premiers temps, le cinématographe est international et son économie l'est aussi, mais l'étude de nombreux pays excédant largement le nombre de pages de ce volume, l'option a été retenue d'approfondir l'analyse de sa situation en France.

Ce choix se justifie d'autant plus aisément que le cinéma français est devenu une référence dans le monde, principalement en raison d'un système de régulation patiemment mis au point et de positions qu'il a su préserver face à la prééminence du système hollywoodien. La situa-

tion française est analysée dans son contexte international, notamment dans ses rapports avec les États-Unis et les autres pays d'Europe, sans oublier des pays tels que la Chine dont le marché a connu un développement fulgurant, cette approche fondée sur l'étude d'une configuration singulière, mais riche d'enseignements, permettant de développer une connaissance et des analyses qui portent bien au-delà.

Enfin, l'économie du cinéma ne peut être pensée indépendamment de la télévision, de l'audiovisuel, des plateformes numériques et des industries de la communication. L'étude de leurs relations ambiguës et tumultueuses figurera en conséquence en bonne place dans les développements qui vont suivre.

### **Structure de l'ouvrage**

Organisé en sept chapitres, l'ouvrage se présente sous la forme d'une série de 50 fiches, chacune d'entre elles abordant un thème essentiel de l'économie du cinéma, avec des tableaux, des graphiques<sup>1</sup> et de nombreuses définitions regroupées dans le glossaire.

Pour étudier le cinéma dans ses dimensions économiques, cet ouvrage commence dans un premier chapitre par analyser sa mixité artistique et industrielle, en exposant les conditions de mobilisation des cadres conceptuels proposés par les sciences sociales. Cette base étant posée, le deuxième chapitre explore les marchés du cinéma et de l'audiovisuel, et s'intéresse en particulier aux complémentarités et aux concurrences entre ces deux pôles, également à la confrontation du cinéma français avec le système hollywoodien.

Dans le chapitre suivant, l'étude porte sur le public, les salles et les évolutions de l'exploitation cinématographique. On peut ainsi éclairer quelques-unes de ses problématiques principales : la reprise de la fréquentation depuis le point bas de 1992 et les incertitudes quant à sa permanence, la montée en puissance des multiplexes et le devenir des salles d'art et essai, ou l'impact des nouveaux canaux de diffusion sur ses grands équilibres. On se consacrera ensuite à la sortie des films, à la distribution et à la promotion de plus en plus

---

<sup>1</sup> Sauf indication spécifique, les graphiques et les tableaux présentés dans cet ouvrage ont été établis à partir des chiffres publiés par le CNC. D'autres données et de nombreuses études sont accessibles sur son site : <http://www.cnc.fr>.

intensive dont ils font l'objet, en mettant l'accent sur l'intérêt et les limites du marketing dans le champ cinématographique.

Dans le cinquième chapitre, il s'agira d'analyser l'évolution de la production cinématographique française : le nombre de films réalisés chaque année, leurs coûts et la transformation de leurs financements. Le chapitre suivant porte sur l'analyse industrielle, avec une attention particulière aux questions de concentration et de stratégies d'entreprise. Enfin, la dernière étape est consacrée aux institutions et aux politiques menées en faveur du cinéma, en particulier aux débats sur la diversité culturelle et l'avenir des systèmes de régulation.

Le cinéma, dans son identité originelle comme dans l'organisation de sa filière, est rendu très vulnérable par l'emprise accrue de nouveaux modes de diffusion marqués par les technologies toujours renouvelées de l'information et de la communication. Sur l'échelle de la valorisation symbolique, il pèse lourd, mais, à l'aune des critères marchands et financiers, c'est un micro-secteur qui sans cesse court le risque d'être assujéti par des puissances qui le surplombent. Cette problématique centrale sous-tend l'ensemble des réflexions présentées dans cet ouvrage.

### **Remerciements**

Mes remerciements vont aux membres du Groupe de recherche en économie du cinéma et de l'audiovisuel de l'IRCAV pour les échanges et les fructueux débats qui régulièrement nourrissent la réflexion et permettent d'avancer dans la connaissance de ce secteur d'activité. Je salue également les étudiants et les doctorants qui, par leur participation aux enseignements et aux séminaires de la Sorbonne Nouvelle – Paris 3, contribuent à cette démarche.





# PENSER L'ÉCONOMIE DU CINÉMA

L'approche économique se comprend ordinairement comme attention portée aux ressources, comme application à bien les gérer. L'économie classique se préoccupe prioritairement des processus de production, de distribution et de consommation des richesses ; elle insiste sur le caractère limité des moyens, sur l'inévitable tension qui en résulte dans la confrontation aux besoins et aux désirs. La tradition libérale conçoit l'économie essentiellement comme système fondé sur l'échange et sur les choix ; elle postule que les acteurs sociaux en interaction s'y déterminent à partir de calculs rationnels visant à maximiser leur intérêt. Selon cette conception, le marché est le lieu de la rencontre des offres et des demandes permettant d'engendrer, grâce à ses vertus autorégulatrices, le meilleur équilibre macroéconomique possible. D'autres courants de pensée, notamment d'inspiration keynésienne, contestent cette représentation et insistent sur le rôle de l'État pour contribuer à une nécessaire hétérorégulation du marché.

L'étymologie du terme économie, *oikos nomos*, souligne que l'administration de la maison, plus largement d'une entreprise ou d'un pays, passe par des normes et des règles ; son étude conduit à dégager des lois qui expriment une certaine intelligence de la vie des organisations. Cette propension aux approches positives, normatives et à la modélisation des sciences économiques mérite toutefois d'être interrogée. Les concepts élaborés dans ce cadre disciplinaire et ses outils méthodologiques sont précieux pour penser une économie du cinéma, mais il faut savoir les mettre à l'épreuve et ne pas être dupe des présupposés qu'ils véhiculent. La normativité y est une tendance courante, tout comme l'économisme qui résulte des prétentions excessives d'une vision du monde marquée par un certain découpage du réel. L'économie est de l'ordre des moyens, idéalement au service d'objectifs

qui la transcendent, mais il est courant de voir la logique des moyens devenir sa propre finalité.

La tradition marxiste a contribué à sortir d'une définition restreinte en articulant sa théorie économique avec une doctrine politique et une philosophie. Conçue comme l'étude des rapports sociaux de production, son économie politique se distingue de celle des néo-classiques qui la définissent avant tout comme allocation des ressources rares entre des fins alternatives. La doctrine matérialiste postule cependant une séparation entre les fondamentaux économiques et le culturel, et son déterminisme est peu propice à un rapprochement fécond entre les deux mondes.

Penser une économie du cinéma en évitant de plaquer des modèles et des cadres d'analyse conçus ailleurs requiert de ne pas considérer le septième art comme simple objet d'application parmi tant d'autres, réquisitionné pour des enjeux disciplinaires qui lui sont étrangers. Il importe au contraire de partir du cinéma dans sa singularité et de mobiliser autour de lui plusieurs corpus scientifiques. L'exercice est exigeant et suppose de travailler sur les conditions d'une pluridisciplinarité maîtrisée.

Le cinéma a une grande visibilité et il éveille bien des intérêts. D'emblée, il s'adresse au plus grand nombre et de plus, grâce à son statut artistique, il enchante aisément ceux qui sont familiers des valeurs cultivées. Son attrait et l'abondance des discours qu'il suscite pourraient conduire le chercheur à prendre quelque liberté avec la méthode scientifique, mais la commodité d'accès à une pratique devenue familière et les multiples approches possibles rendent encore plus indispensable l'exigence épistémologique.

L'économie, la sociologie, l'histoire et les sciences de gestion ont vu se développer dans leurs marges des travaux spécifiquement consacrés à l'art et à la culture. Ces démarches novatrices et hétérodoxes ont d'abord été considérées avec réserve par les gardiens du temple disciplinaire, puis il devint plus difficile de dénier leurs vertus, relatives à leurs contributions propres, mais aussi à tout ce qu'elles peuvent apporter en retour à leur discipline mère. Les sciences de l'information et de la communication constituent en outre, grâce à leur tradition interdisciplinaire, un cadre particulièrement propice à la mise en cohérence d'approches qui risquent toujours l'excès de dispersion.

## L'art et l'approche économique

Par rapport à une tradition spéculative et interprétative qui a longtemps prévalu dans les études cinématographiques, les sciences sociales se caractérisent par l'importance de préoccupations méthodologiques orientées vers le travail empirique, les conditions de la démonstration et les critères de réfutabilité. En ne souscrivant pas à la prévalence de l'interprétation esthétique des œuvres, les sciences sociales contribuent à la désidéologisation de l'art : il n'est ni liberté pure, ni valeur absolue, et il peut être pensé pertinemment grâce à l'étude des acteurs, des institutions et de leurs interactions.

Les critères définitoires des frontières de l'économie de l'art et de la culture sont inconstants. Les bornes territoriales sont d'autant plus difficiles à poser que le champ est en étroite proximité d'autres disciplines : des sciences sociales telles la sociologie, l'histoire, le droit ou les sciences politiques, et des matières classiques comme l'esthétique, la critique ou l'histoire de l'art. Ces voisinages ne garantissent en rien les conjonctions et les fertilisations croisées, les singularités et les logiques d'intégrité territoriale pouvant l'emporter sur toute autre considération. Elles peuvent pourtant se concrétiser au sein d'équipes de chercheurs où se conjuguent des approches diversifiées autour de problématiques communes.

Une discipline se définit avant tout par son angle d'attaque, par ses options analytiques, par ses méthodes, aussi par une histoire de la pensée. L'économie politique se préoccupe avant tout de la question des ressources et de leur allocation. Ainsi, peut-on expliciter les conditions des choix qu'il faut nécessairement faire : arbitrer entre des emplois alternatifs, prendre en compte les coûts d'opportunité liés à toute décision.

L'analyse économique tend à privilégier une approche empirique, inductive, fondée sur l'étude des faits et des situations, des structures et des comportements, position plutôt singulière dans un domaine très investi par les procès de valorisation symbolique comme l'est celui de l'art. Elle s'inscrit pour une part dans la perspective de l'utilitarisme, doctrine philosophique selon laquelle l'utilité individuelle est le fondement principal des comportements. Son fondateur, l'Anglais Jeremy Bentham (1748-1832), est un proche de l'économiste Adam Smith (1723-1790) connu pour sa théorie de la « main invisible », qui

postule que la recherche par les individus de leur plus grand intérêt personnel contribue automatiquement, sans action volontaire en ce sens, à l'intérêt général.

L'économie politique met généralement en avant les déterminations matérielles, mais il est également utile d'analyser les discours et les représentations des acteurs. Pour comprendre l'économie du cinéma, on ne peut s'en tenir à l'étude des structures industrielles, des stratégies d'entreprises ou des données chiffrées. Les représentations des acteurs méritent en effet aussi d'être prises en compte. Cette exploration doit pourtant être prudente et distanciée : en reprenant telles quelles les classifications et les échelles de valeur indigènes, comme si elles étaient des catégories objectives, on risque de reproduire les préjugés des acteurs et de répéter les mêmes arguments, les mêmes *credo*, les mêmes visions partielles et contingentes.

Tenter de définir la valeur artistique en soi relève de l'axiologie comme science des valeurs, alors que chercher à comprendre ce qui la construit socialement repose sur un certain relativisme qui cherche à pondérer les facteurs explicatifs. Les sciences sociales proposent habituellement un travail de dénaturalisation des notions de sens commun : il s'agit en particulier de démystifier des croyances ordinaires dans l'autonomie de l'art et la singularité du génie créateur. Il importe pourtant de ne pas succomber aux sirènes du substantialisme d'un social et d'un économique qui tendraient à être considérés comme des réalités en soi, transcendantes aux acteurs. L'économique relève largement d'un système de représentation exerçant des effets de réalité. Les chiffres du box-office offrent un exemple du rôle croissant de leur médiatisation sur l'économie du cinéma, au travers de l'influence qu'exercent des classements qui, chaque semaine, viennent informer les spectateurs potentiels des films qui ont obtenu le plus grand succès.

L'économisme est l'un des plus grands dangers des approches de ce type : voir le monde par le prisme d'une conception rétractée de la vie en société et réduire le réel à une étroite portion de celui-ci. Sous peine de succomber à ce travers, il est en conséquence salutaire à l'économie politique de s'ouvrir aux autres sciences humaines et sociales, également de s'enrichir en éprouvant la sensibilité des approches proposées par l'esthétique, en saisissant leur portée heuristique.