

Notes de discussion

Patrick Messerlin

Rencontres Européennes d'Adami

Arsenal

Metz, 3 avril 2015

Le poids des industries CC (1/2)

□ Des calculs « douteux »:

- Production (539 ME) n'a pas de sens. Ce qui compte est la valeur ajoutée: ~243 ME [en jaune].
- Emplois temporaires et permanents. (France: TV : 112,926 temporaires + 22,014 permanents)

□ Des résultats « contre-productifs »:

- Les ICC en France sont moins importantes (13.8%) que dans le reste de l'UE (15.7%) [en bleu]!!!

ICC = industries créatrices/culturelles telles que définies par EY

milliards euros	Production (ventes)		Consommation intermédiaire (~ 55% prod.)		Valeur ajoutée ICC	Produit national brut (PNB)	Part dans le PNB	
							ICC	Film TV, radio
France (EY 2011)	75	moins	41	=>	34	2609	1.29%	0.33%
					13.8%	15.7%		€8.70 (milliards)
Europe (EY 2014)	539	moins	296	=>	243	16584	1.46%	0.32%
								€53.00 (milliards)
	films+voyages chansons+matér. progTV+voyages livres+papier		voyages, décors matériels voyages, décors papier, encres		films chansons prog. TV livres			

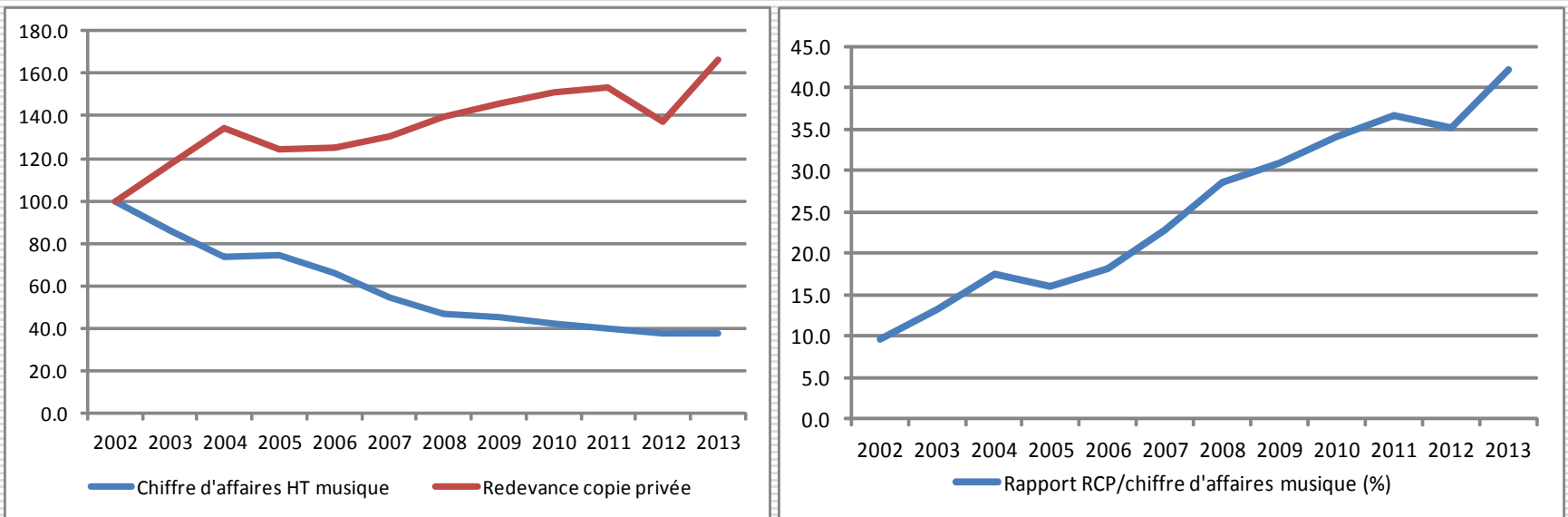
Le poids des industries CC (2/2)

- Le feu couve depuis longtemps.
- L'allumette : Vincent Maraval (déc. 2012) : « *Le fameux système d'aide du cinéma français ne profite qu'à une minorité de parvenus.* »
- Le ban et l'arrière-ban pour protéger le cœur des intérêts acquis qui sont:
 - le cinéma et la télévision,
 - pas la musique ni le livre.
- Où est la "culture" là dedans?

	Valeur ajoutée Meuros	Subventions	
		montant Meuros	taux [a] %
Top-6 secteurs			
Télévision	5128	5006	97,6
Accès à culture	2344	836	35,7
Monuments hist.	8070	1086	13,5
Cinéma	3649	476	13,0
Journeaux	5710	726	12,7
Spectacle vivant	8848	830	9,4
Les 5 secteurs du bas			
Arts visuels	5724	112	2,0
Image & son	3415	38	1,1
Livres	5511	44	0,8
Architecture	4368	26	0,6
Publicité	5068	0	0,0
Cinéma & TV	8777	5482	62,5
part en %	15,2	59,7	--
Autres Top-6 secteurs	24972	3478	13,9
part en %	43,2	37,9	--

Musique (1/2)

- ❑ **Sérieux problème pour la créativité culturelle française:**
- ❑ **Une part croissante des revenus est déconnectée des productions musicales, et est liée à des ventes de produits qui ont peu/rien à voir avec la musique.**
- ❑ **Une taxation croissante des supports techniques du futur.**
- ❑ **Un système de quotas à la radio qui rejette les créateurs français axés sur l'international.**



Musique (2/2)

□ Le cas Suède-Danemark:

- RCP faible,
- Fort rebond.

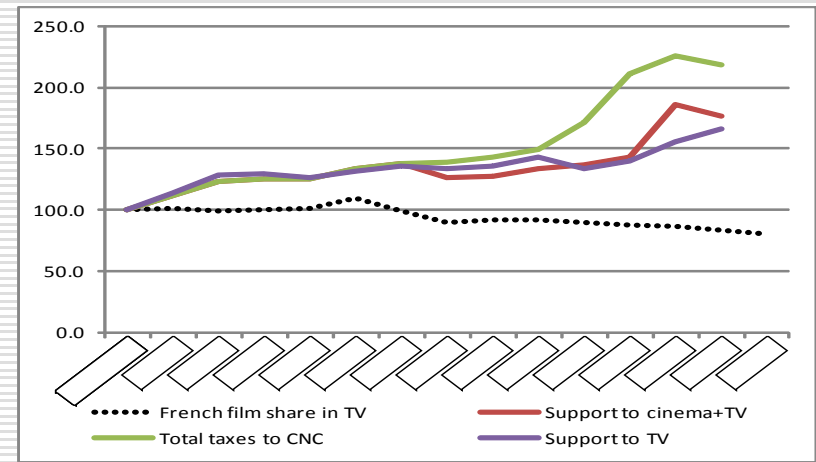
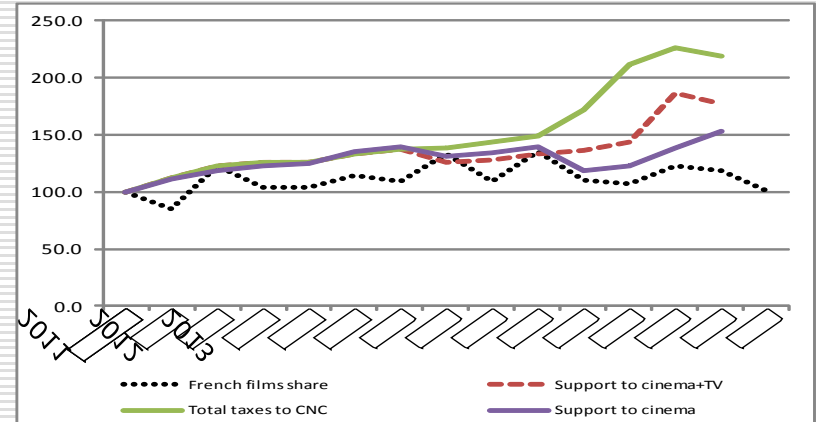
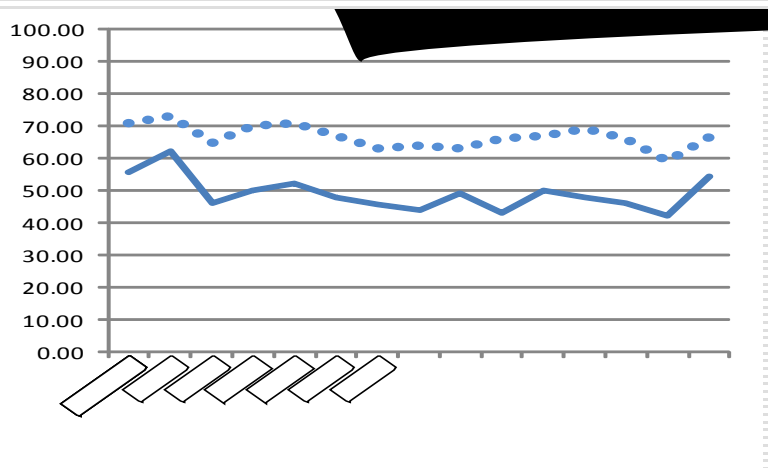
□ Les “vrais” usages des ordi/smart phones

	RCP		Revenu par tête	
	euro	indice	euro	indice
Pays-Bas	0.32	100	50816	100
Autriche	0.78	244	49039	253
Danemark	0.79	247	59129	212
Suède	1.03	322	58014	282
Italie	1.18	369	34515	543
Finlande	1.31	409	49055	424
Belgique	2.14	669	45538	746
France	2.65	828	44099	954

	ordinateur		téléphone mob.	
	rang	%	rang	%
regarder vidéos (hors TV)	19	50	21	19
écouter musique (MP3, CD,)	29	33	13	32
écouter musique (streaming gratuit)	31	31	26	13
télécharger musique	35	23	30	11
télécharger vidéos	37	22	38	5
écouter musique (streaming payant)	41	13	32	9

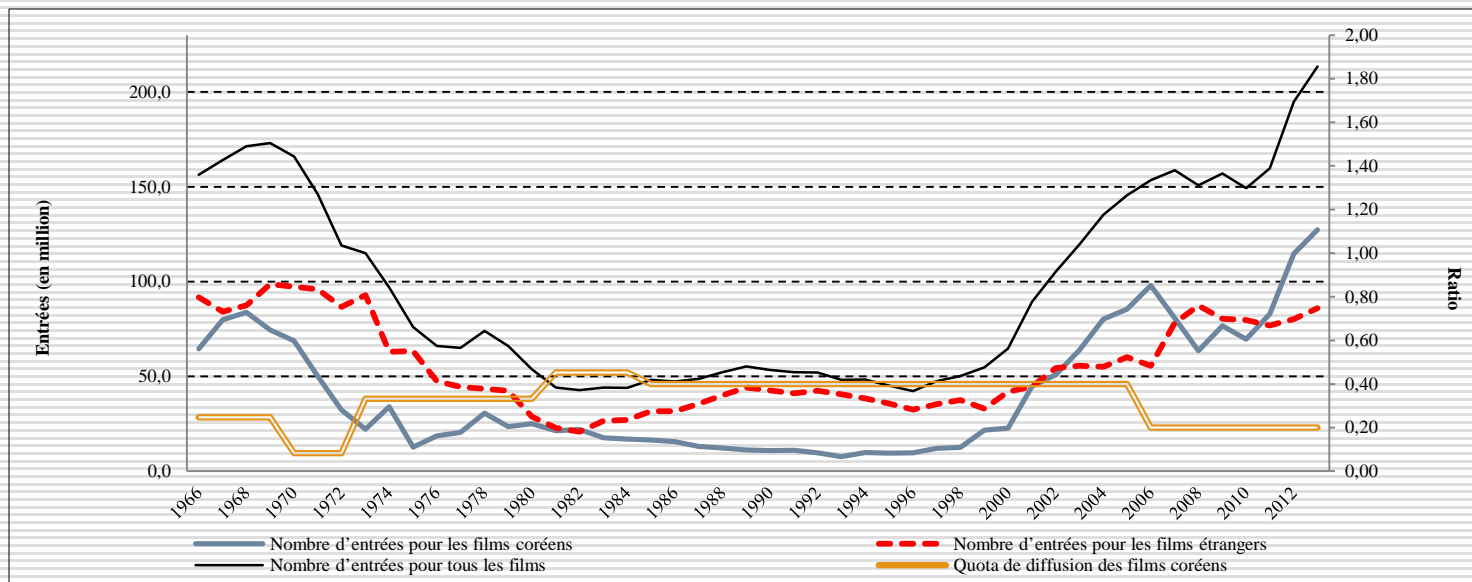
Audiovisuel (1/2)

- ❑ Envolée des subventions (33% film, 96% TV, 79% les deux) [IGF, CC].
- ❑ Stagnation ou déclin des audiences des productions audiovisuelles françaises.
- ❑ Ces dix dernières années, la France ne fait pas mieux que le reste de l'UE face aux films du reste du monde.



Audiovisuel: Corée (2/2)

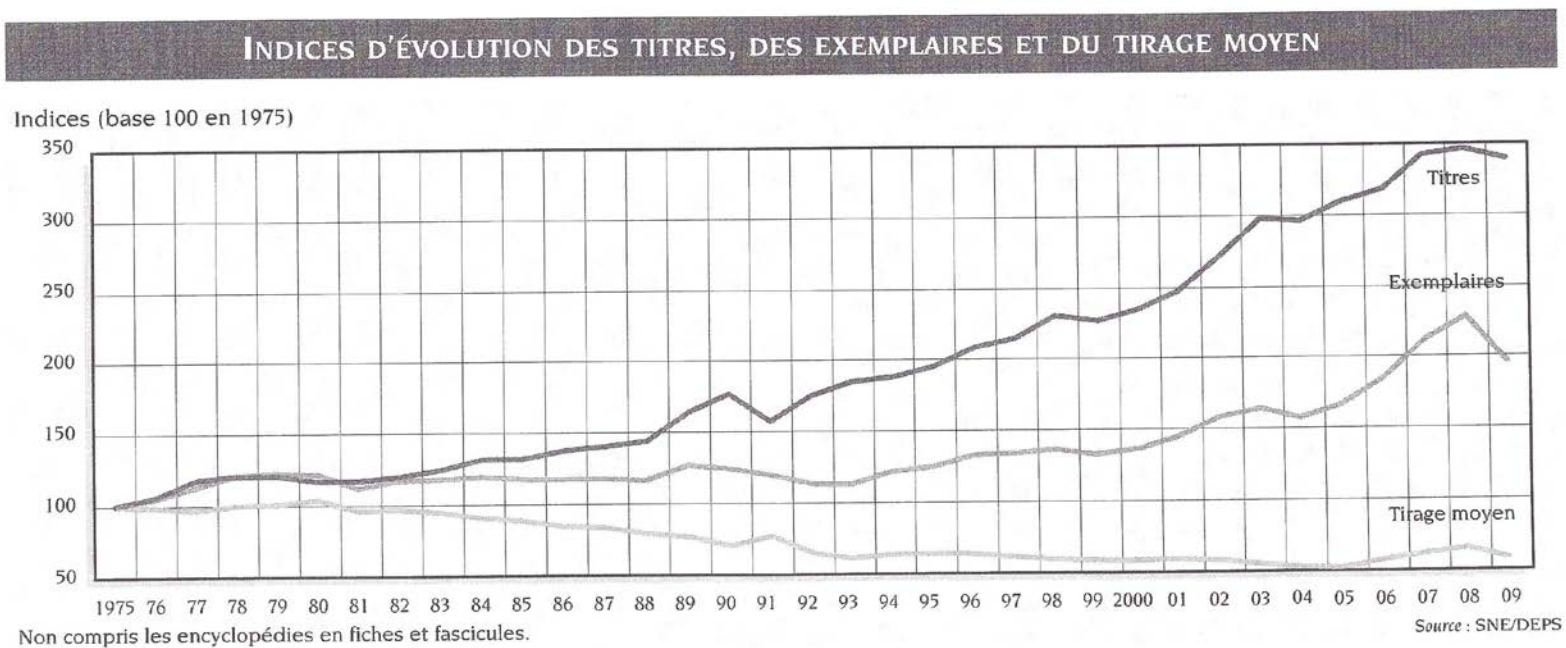
- ❑ La Corée était très mal partie: désastre des quotas à l'importation.
- ❑ Le quota de diffusion en salle n' a pas eu d'effet: le cinéma coréen décolle fin 1998 alors que le quota est inchangé depuis près de 20 ans [Parc 2014].
- ❑ Pas de subventions avant 2009 (et 4 fois plus faibles que les nôtres depuis).



- ❑ Source: Jimmyn Parc, 2014. Une rétrospective des politiques coréennes du cinéma. Le retour du Jedi. Disponible sur <http://gem.sciences-po.fr>

Livre

- ❑ Privilégier encore plus la flexibilité en période de grand changement technologique qu'en temps normal:
- ❑ Le coût du « prix unique » sur l'édition: 12 ans de stagnation.



Merci pour votre attention

