



L'aide au cinéma en France : « La vérité si je mens »

Fabrice Lalevée et Florence Lévy-Hartmann¹

(Date de mise en site : 29 mai 2006)

Comme chaque année depuis vingt ans (*Sous le soleil de Satan* de M. Pialat en 1987) la sélection française quitte Cannes sans palme d'or. Comment expliquer cette triste performance ? Le cinéma français est pourtant massivement soutenu par les autorités publiques : les aides frôlent les 30% de la valeur de la production du secteur, et le «taux d'assistance effectif» la moitié (49%) de la valeur ajoutée². Mais si ces aides génèrent une production abondante (240 films agréés en 2005), elles ne soutiennent que peu la qualité et l'originalité du cinéma français.

La politique cinématographique française affiche deux objectifs : le soutien des ambitions culturelles du cinéma français et le renforcement des structures industrielles du secteur. Au premier, répond le « soutien sélectif » qui veut favoriser le renouvellement des talents, la diffusion des cinématographies peu diffusées, l'éducation à l'image, etc. Au second, répond le « soutien automatique » qui lie le montant des aides au succès en salle, en vidéo ou lors des diffusions télévisuelles. Depuis une cinquantaine d'années, la cohabitation entre ces deux objectifs fait l'objet d'un singulier consensus sous la bannière de l'exception puis de la diversité culturelle. Or l'analyse montre que, dans les faits, les visées industrielles ont largement pris le pas sur la préoccupation culturelle.

En 2005, le soutien automatique s'impose comme la principale aide à la production cinématographique française : 75 M€ sur les 125,25 M€ de subventions octroyées à cette dernière. En raison de son fonctionnement pro-marché, l'attribution du soutien automatique s'accompagne d'une forte concentration. Les 10 plus gros bénéficiaires en reçoivent 61%, alors que les 115 plus petits bénéficiaires se partagent seulement 10% du montant. En 2005, les firmes mobilisant le plus de soutien automatique sont les filiales de production des chaînes de télévision hertziennes, flanquées de quelques firmes intégrées oligopolistiques : EuropaCorp (la société de production de Luc Besson),

¹ fabricelalevee@hotmail.fr et florence.levy@sciences-po.org. Ce travail a fait l'objet d'un texte plus détaillé disponible sur le site Web du Groupe d'Economie Mondiale de Sciences-Po : www.gem.sciences-po.fr.

² Le taux d'assistance effectif rapporte les aides effectivement versées au secteur (aides à la production + aides à la valeur ajoutée – aides aux inputs) à la valeur ajoutée non aidée du secteur.

Gaumont, UGC ou encore Pathé (Tableau 1). Ces principaux bénéficiaires du soutien automatique à la production sont presque des abonnés : huit des dix principaux bénéficiaires du soutien automatique en 2005 le sont déjà en 2004, et cinq d'entre eux l'étaient déjà en 1995.

Tableau 1. Les dix firmes mobilisant les montants les plus importants de soutien automatique (SA) à la production, 2003-2005.

Rang	2003	2004	2005
1	Pathé Renn Production	EuropaCorp	TF1 Films Production
2	StudioCanal	TF1 Films Production	Pathé Renn Productions
3	Cinécomic (filiale de Gaumont)	Gaumont	EuropaCorp
4	TF1 films production	UGC Images	Gaumont
5	Gaumont	France 2 Cinéma	France 2 Cinéma
6	France 2 cinéma	Pathé Renn Production	M6 Films
7	Cabale (filiale de TF1)	ARP	France 3 Cinéma
8	La petite reine	Vertigo Production	StudioCanal
9	France 3 Cinéma	StudioCanal	SAJ
10	EuropaCorp	M6 Films	ARP
<hr/>			
Dépenses totales du compte de soutien pour le cinéma (M€)	240.16	258.71	266.65
___ Dont : SA à la production (M€)	73,86	70,06	74,02
___ Dont : SA production mobilisé par les dix premiers bénéficiaires (M€)	40,60	42,70	44,40
<hr/>			
Part du SA production mobilisé par les 10 premiers bénéficiaires	55.0%	60.9%	60.0%
Part du soutien total au cinéma mobilisé par le SA production des 10 premiers bénéficiaires	16.9%	16.5%	16.7%

Source : CNC

En 2005, 45 M€ ont été mobilisés par les dix premiers bénéficiaires du soutien automatique à la production, soit environ 17% de l'aide totale versée par le CNC à l'industrie cinématographique (production, distribution, exploitation, vidéo et exportation). Cette concentration, et cette constance de la manne publique sur les quelques firmes intégrées les plus puissantes du secteur, révèlent combien la politique cinématographique française est en porte à faux par rapport à l'objectif culturel affiché.

Le calcul détaillé des taux de subvention pour deux bénéficiaires, Gaumont et EuropaCorp, confirme la capture de la politique française par ces firmes bien insérées dans les circuits commerciaux, français et internationaux. En 2002, l'assistance directe ou indirecte représente 48% de la valeur ajoutée produite par EuropaCorp, 46% de celle produite par Gaumont – en clair, près de la moitié de ce que produisent ces firmes vient de ressources administrées. Les films de la Gaumont et d'EuropaCorp ont

bénéficié respectivement de 9.1M€ et 10.1M€ de soutien automatique en 2002, mais ne touchent pratiquement aucun soutien sélectif (avance sur recettes, Eurimages, aides régionales etc...) ce qui révèle leurs faibles prétentions culturelles. Et c'est logiquement et sans ambiguïté qu'EuropaCorp se revendique comme appartenant au « *marché mondial de l'entertainment cinématographique* » et comme cherchant à « *développer, sur la base de films particulièrement étudiés, une optimisation de sa rentabilité par rapport aux capitaux investis tout en réduisant les risques commerciaux* »³.

Loin de nous l'idée de critiquer le cinéma français répondant à une logique commerciale légitime et vitale. Mais, plus de quinze ans après le Plan Lang de 1989 et son accent mis sur les productions ambitieuses (d'un point de vue budgétaire), de tels films – et de telles firmes – pourraient exister sur la base de la seule loi du marché. Assez de producteurs en France ont acquis le savoir-faire nécessaire pour se positionner avec succès sur ce segment, et en accord avec les besoins du marché car il existe des partenaires prêts à les soutenir (notamment les chaînes de télévision). Ainsi, consciente de ses capacités commerciales, EuropaCorp écrit ne pas « [faire] *reposer sa stratégie financière sur une quelconque aide gouvernementale* »⁴. Et pourtant, ses films, comme ceux de la Gaumont, mobilisent une part substantielle des aides au cinéma français.

Loin d'œuvrer pour la diversité culturelle, la politique cinématographique française actuelle amplifie des effets négatifs potentiels du marché (concentration abusive, uniformisation d'une partie de la production, clonage des œuvres américaines, etc.) alors que, si le soutien public cherchait seulement à corriger les défaillances des marchés du cinéma, soutenir les œuvres difficiles, la qualité, il serait largement légitimé par l'analyse économique. De plus, au fil des années, le système de soutien au cinéma est devenu illisible. Les aides nouvelles se sont multipliées, se superposant et s'enchevêtrant aux dispositifs existants sans guère de rationalité. La complexité est telle que peu d'acteurs de la filière savent s'ils sont des gagnants ou des perdants nets du système actuel, ce qui renforce l'inertie en matière de réformes. La seule façon d'échapper à ce lent enlèvement est une évaluation du système de soutien actuel encore plus détaillée que celle présentée ici.

Le cinéma français mérite mieux que la politique actuelle, tant du point de vue de l'efficacité économique que de la diversité culturelle.

³ EuropaCorp 2002.

⁴ Id.