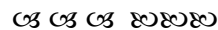


Une mesure de la diversité des marchés du film en salles et en vidéogrammes en France et en Europe

Dr Florence LÉVY-HARTMANN
octobre 2011
16 p.



Le Secrétariat général, conscient des enjeux que pose la question de la diversité culturelle pour les politiques publiques, l'a inscrite depuis plusieurs années dans son programme de recherche. La création du Groupement d'intérêt scientifique Institutions patrimoniales et pratiques interculturelles¹ (Ipapic) en 2010, l'appel à projet de recherche sur les pratiques interculturelles dans les institutions patrimoniales lancé en 2011 et la publication d'un travail de recherche historique² témoignent de cette volonté d'inscrire la question de la diversité culturelle au cœur de la réflexion du ministère.

Dans le même esprit et après une première approche théorique critique de la notion³, le DEPS a proposé d'orienter la recherche sur les dimensions économiques de la diversité, dans les filières d'industries culturelles comme l'édition, le cinéma et la musique. La présente publication est une **proposition inédite de méthode de la mesure de diversité, appliquée à la filière du cinéma** (diffusion des films en salle et en vidéos) en France et en Europe milieu des années 2000.

1. Variété, équilibre et disparité du marché du film en salles en France et en Europe

Après un classement des films selon une nomenclature établie suivant l'ancrage culturel et la structure de production, l'examen de la diversité sur les marchés danois, espagnol, français, britannique, polonais et suédois, permet d'établir **que la France est incontestablement le pays où le marché du film en salles est le plus diversifié, que ce soit en termes d'offre (films produits et diffusés), de distribution (nombre de copies) et de demande (nombre de billets achetés).**

2. Variété, équilibre et disparité du film en vidéo : une plus faible diversité qu'en salles

¹ www.ipapic.eu

² Hélène HATZFELD, Vincent BILLEREY, *Repères pour un dialogue interculturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat général (SCPCI/DREST), 2010. www.culture.gouv.fr rubrique Culture et recherche.

³ voir Tristan MATTELART, *Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique*, Paris, Ministère de la Culture/DEPS, coll. « Culture prospective », 2009-2.

En second lieu, la recherche concerne la carrière d'un film après sa diffusion au cinéma, selon la chronologie des médias, et s'attache à mesurer la diversité du marché du film sur support vidéo, qui représente 70 % des recettes en salles en 2008 et tend à progresser au cours de la décennie 2000. La comparaison avec le marché du film en salles montre que **la diversité est supérieure sur grand écran, alors que le passage au support vidéo tend à réduire la diversité des œuvres concernées.**

L'analyse par circuit de distribution pour l'année 2005 confirme la plus faible diversité de l'offre et de la demande en grandes surfaces alimentaires (**GSA**), contrairement aux **grandes surfaces culturelles (GSS) d'abord, et aux ventes en ligne**, qui présentent des indicateurs de diversité plus élevés : **les films proposés sont plus nombreux, l'offre est plus équilibrée, les films proposés sont plus différents les uns des autres selon la nomenclature établie.**

Ainsi, comme pour la musique enregistrée, les **conclusions sont paradoxales** : alors que la **numérisation des produits culturels a redéfini les équilibres économiques du marché cinématographique** au cours des années 2000, il semble que le **développement du commerce de vidéos en ligne, loin de représenter une menace pour la diversité, soit plutôt une opportunité** pour celle-ci.

Les conclusions de ces différentes approches de trois filières d'industries culturelles ne rendent que plus urgente la nécessité de proposer une offre légale en ligne et de veiller à ce que soient réunies les conditions d'émergence d'une offre diversifiée en termes de contenus comme de distribution.

