

L'art et essai en France Je suis aidé donc je suis

Jacques Kermabon

Numéro 64, décembre 1992, janvier 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/22602ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Kermabon, J. (1992). L'art et essai en France : je suis aidé donc je suis. *24 images*, (64), 10-11.

L'ART ET ESSAI EN FRANCE

JE SUIS AIDÉ DONC JE SUIS

par Jacques Kermabon

Il y aurait des films. Il y aurait des festivals, des campagnes promotionnelles plus ou moins importantes pour annoncer les nouveautés. Il y aurait des projections de presse, des revues et des magazines de cinéma. Des critiques – le plus souvent généralistes dans la grande presse, couvrant à la fois le théâtre, les livres et les variétés – parleraient de leurs dernières découvertes. Les façades des cinémas arboreraient affiches géantes, photos et articles de presse agrandis tandis qu'un «complet» rouge clignoterait en permanence au-dessus de la porte d'entrée.

Mais à l'intérieur, changement de décor. Le vaste espace, dévolu autrefois à l'exploitation cinématographique, serait loué pour des activités autrement plus lucratives. Des chaînes de télévision maintiendraient néanmoins quelques salles en activité pour entretenir la mémoire et les nostalgies.

Toute ressemblance avec la situation actuelle ne serait pas purement fortuite. La différence est qu'aujourd'hui, on fait encore semblant de se lamenter sur la baisse de la fréquentation. Mais les films sont programmés pour et par la télévision et leur existence prolongée par la vidéo et bientôt le vidéodisque laser. Le passage en salle n'est plus à la limite qu'une façon d'estampiller «film de cinéma» un produit audiovisuel afin de lui assurer le meilleur taux d'écoute lors de sa diffusion télévisuelle ultérieure. Il n'y a pas 10% de films français qui parviennent à équilibrer leurs coûts sur le marché dit primaire (contre 46% en 1980). Aujourd'hui, un producteur monte son projet en faisant carrément l'impasse sur l'apport des spectateurs. Qu'importe alors qu'un film reste longtemps à l'affiche. D'ailleurs, il ne le peut pas. D'autres attendent la place car les films, ce n'est pas ce qui manque. Dans le numéro d'été de la revue économique *L'expansion* (n° 434, spécial été, 16 juillet 1992), Jean-Jacques Beineix dénonçait ainsi ce qu'il appelle «L'économie des chaises»: «Les salles ne sont rien d'autre que des parallélépipèdes, des lieux où les gens viennent louer un emplacement pour voir un spectacle. Naturellement, le propriétaire attend le retour sur investissement, et va gérer son parc comme Air Inter exploite sa flotte d'avions – en fonction des prévisions annuelles du trafic. Si *IP5* est sorti avant l'été, en pleine période d'événements sportifs, c'est parce que les salles de la rentrée allaient être occupées par les grands films américains. La programmation a fait son choix, qui relève moins du cinéma que de l'actuariat et de la gestion de parking: la politique d'un circuit, c'est d'abord l'économie des chaises.» Autrement dit, le modèle



Et la vie continue d'Abbas Kiarostami, cinéaste iranien dont les films, présentés à Paris cette année, ont bénéficié du soutien que l'État offre aux cinématographies peu diffusées afin de permettre leur sortie en salles.

vers lequel tend la diffusion en salles est celui du flux. Il régit la télévision, la radio et on sait combien il est peu propice à l'émergence de prototypes, seuls garants d'une qualité artistique.

Pour contrer les lois du marché, l'État a mis en place dès 1959 un ensemble de mesures de soutien propres à favoriser un cinéma de création français, à maintenir un réseau d'exploitants et de distributeurs indépendants¹. Ces mesures ainsi que les modalités de leurs attributions sont régulièrement affinées, adaptées aux réalités du moment et touchent à tous les secteurs d'activité: aide à l'écriture, production, distribution, exploitation. Cela ne signifie pas que l'État subventionne le cinéma français. Lorsqu'on annonce que le soutien financier de l'État en 1991 est de 874 millions de francs (220 millions de dollars), il faut préciser qu'il s'agit du montant du Compte de soutien au cinéma et aux industries de programmes², une somme dont les ressources proviennent essentiellement d'une subvention du ministère de la Culture, de la TSA (taxe spéciale additionnelle) et d'une contribution des sociétés de télévision. La TSA est une taxe (11 à 12%) prélevée sur chaque billet. Ainsi, les films de toutes nationalités exploités en France contribuent à aider le cinéma fran-

çais. La contribution des télévisions repose sur une taxe (5,5% depuis 1987) prélevée sur leurs chiffres d'affaires³. Et c'est dans ce Compte de soutien, géré par le C.N.C. (Centre national de la cinématographie), que sont prélevées toutes les aides au cinéma. Celles-ci sont traditionnellement séparées en deux catégories: les aides automatiques et les aides sélectives.

Pour le secteur de la diffusion, elles concernent les distributeurs et les exploitants du secteur Art et essai⁴. Les aides automatiques reposent sur un principe simple: le montant dépend de l'activité de l'entreprise. Par exemple: une partie du reversement de leur TSA au C.N.C. constitue une sorte de cagnotte grâce à laquelle les exploitants peuvent prétendre à des aides pour, entre autres, rénover leur salle. Les aides sélectives sont attribuées par des commissions à des films ou, une fois par an, à des sociétés – une commission spéciale se consacrant même aux cinématographies peu diffusées (autres qu'européennes et américaines)⁵.

Si l'on ajoute le travail de l'Agence pour le développement régional du cinéma, les volontés municipales qui créent ou soutiennent les salles de cinéma, on aura un aperçu assez complet des formes d'aides pour la diffusion des films en France. On pourrait aussi signaler la mise en place d'institutions européennes qui complètent ce dispositif. Une des particularités de la France est de s'être préoccupée des premières parties de programme. Une Agence du court métrage a été fondée en 1982, subventionnée par le C.N.C. pour favoriser la diffusion et la promotion des films courts. Depuis, les festivals se sont multipliés, les télévisions en passent parfois. L'Agence a même créé le Radi (pour Réseau alternatif de distribution), un service qui permet à des exploitants adhérents de puiser dans un catalogue de titres sélectionnés pour établir leur première partie de programme. L'Agence leur fournit en même temps du matériel publicitaire. Hors des salles adhérentes à l'Agence du court métrage, les exploitants se contentent des publicités en guise de premières parties de programmes. Fort du succès du Radi, un projet est à l'étude pour favoriser le retour des courts métrages en salle⁶.

On le voit, les mesures, toutes plus inventives les unes que les autres, ne manquent pas pour aider la diffusion des films. Cela suffit-il pour nous convaincre qu'il s'agit de cinéma?

Mais cela, c'est une autre histoire. ■

1. Ils le sont sans doute moins que d'autres mais on les dit «indépendants» pour indiquer qu'ils sont indépendants des gros circuits de distribution tels Pathé, Gaumont, UGC.

2. «Industries de programmes» renvoie aux productions à destinations télévisuelles qui, depuis 1986, peuvent bénéficier, elles aussi, d'aides à la création.

3. En 1988, 59% du Compte de soutien était assuré par les remontées de la TSA et 40% grâce à la taxe sur les télévisions. En 1989, la répartition était respectivement de 46% et 53%.

4. Ce secteur, instauré pour favoriser le cinéma de qualité, les copies en version originale, les salles de répertoire, «labellise» Art et essai des films et des salles en fonction du nombre de films Art et essai qu'elles diffusent. Les aides accordées sont d'autant plus fortes et les taxes d'autant plus légères que le travail art et essai est considéré comme «pointu». Au sommet de la pyramide, quelques élues sont classées «Salles de recherches».

5. Les entreprises de distribution peuvent bénéficier pour chaque film d'une aide d'un montant maximal de 500 000 F (incluant le tirage de dix copies au maximum) pour faciliter le financement des frais d'édition des films concernés (publicité, promotion).

6. Les modalités de cette réforme se heurtent pour l'instant à des intérêts et des habitudes. Il est trop tôt pour en parler.

AIDES À LA DISTRIBUTION EN FRANCE

Il existe trois formes d'aides accordées par l'État aux distributeurs français.

Le soutien automatique:

Régime de soutien financier dont peuvent bénéficier les distributeurs depuis 1978, à condition d'avoir concouru au financement de la production par des avances sur recettes des films en cause. En 1991, 46,5 millions de francs (environ 12 millions de dollars) ont été versés dans ce cadre. Cette aide automatique est en quelque sorte l'équivalent de l'aide à la distribution des longs métrages accordée par Téléfilm Canada à l'association de distributeurs canadiens.

Les aides sélectives à la distribution, qui visent à:

1. Favoriser le lancement de films français ou étrangers dont la sortie comporte des risques importants. (En 1991, 23 films français et 18 d'autres pays ont bénéficié de cette aide pour un total de 7,2 millions de francs, soit 1,8 million de dollars.)
2. Soutenir les entreprises indépendantes dont l'activité au plan de la distribution de films «d'art et essai» contribue de façon importante à la diversification de l'offre de films en France. (En 1991, 15 sociétés de distribution ont reçu une aide de 6,4 millions de francs, soit 1,6 million de dollars.)

Aide aux cinématographies peu diffusées qui visent à:

Soutenir, par une aide à l'acquisition de droits d'exploitation, la diffusion d'œuvres relevant de pays dont la cinématographie est peu connue en France. L'argent de cette aide est affecté par le ministère de la Culture et le ministère des Affaires étrangères et permet de prendre en charge tout ou une partie de l'achat des droits de distribution des films et les frais de sous-titrage. (En 1990, 13 films ont bénéficié d'une aide pour un montant de 900 000 francs, soit 230 000 dollars.)

Mentionnons que le C.N.C. (Centre national de la cinématographie) a signé en 1991, avec 5 salles parisiennes, un accord les engageant, en contrepartie d'une aide financière, à maintenir à l'affiche un minimum de 4 semaines les films aidés.



Parmi les aides sélectives, précisons qu'il existe aussi des aides à l'exploitation en salle dont le montant total fut de 24,7 millions de francs en 1991, soit un peu plus de 6 millions de dollars.

Ces aides visent à:

1. Soutenir les exploitants qui mènent une politique de programmation de qualité en diffusant les films recommandés «art et essai». (En 1990, les subventions versées aux salles «art et essai» ont atteint 19,4 millions de francs, soit 5 millions de dollars.)
2. Encourager les petites salles dont la recette moyenne hebdomadaire est inférieure ou égale à 6 000 francs. (En 1991, ces aides ont concerné 1 171 salles.)