

Gilles Fumey
13 mai 2007

60e Festival de Cannes (2007). La montée du numérique et la puissance du cinéma asiatique

Le joli mois de mai est aussi dans la capitale du glamour, du luxe et du Septième art qu'est devenue Cannes, l'occasion d'une des fêtes les plus ébouriffantes, presque un carnaval, sur la planète où paillettes, diamants et haute couture en mettent plein les mirettes. Dans cette bourgade devenue une vaste villégiature grâce à lord Brougham & Vau dans les années 1830, le cinéma a trouvé une de ses capitales mondiales, un lieu focal pendant douze jours. Les stars viennent y chercher la reconnaissance, les débutants se croient célèbres en côtoyant les plus dotés en capital image et les 120 000 visiteurs qui accompagnent les 5000 journalistes présents feront de Cannes "Hollywood sur la Croisette" (Gilles Jacob, président du festival). Mais Cannes est aussi un marché des films "plus important que celui de Los Angeles", selon David Lisnard qui s'occupe des événements cannois et qui donne à voir comment se construisent ou s'entretiennent ces mythes modernes en circulant dans le monde et attirant dans les salles des millions de spectateurs en quête d'émotions et de plaisirs. Une des nouveautés, cette année, est sans doute **la part de toutes ces images produites par le numérique**, qui révolutionne le secteur. Et quelle révolution se prépare !

Qui produit dans le monde aujourd'hui ces mythes et ces rêves ? **Les Asiatiques sont en passe de devenir les champions de l'image**. Les Chinois tournent déjà un film sur cinq en numérique. Les gros industriels étatsuniens et indiens font jouer l'effet de masse par un marketing éprouvé. Tout est bon pour Warner Bros, Paramount, MGM qui font vivre le star system avec un talent consommé. Avec deux stratégies, l'une internationale pour les Occidentaux qui s'enrichissent à l'export, l'autre plutôt domestique comme celle de l'Inde qui n'exporte pas les films au sirop de Bollywood. **La France est une oasis** où fourmillent de micro-sociétés autour d'un système d'aides unique au monde, financé par le spectateur [1]. Résultat, les films français font jeu égal avec Hollywood sur le marché domestique, avec près de la moitié du marché. Au CNC (Centre national de la cinématographie), on aime vanter la créativité des Français face au rouleau compresseur américain. Pourtant, il n'y a pas de quoi pavoiser. Car **les films coréens et chinois envahissent le marché français** tout en étant protégés par des « quotas écran » qui atteignent jusqu'à 80 jours par an réservés aux productions nationales. Les Etats-Unis achètent aussi beaucoup de *remake* de films asiatiques, ce qui est autant de perdu pour la France.

Tab. 1 : Production de longs métrages en 2005 (source CNC)

Inde	934
Etats-Unis	699
Japon	356
Chine	260
France	240
Espagne	142

Royaume Uni	124
Allemagne	103
Italie	86
Corée du Sud	83

La révolution du numérique va être autrement plus difficile. Le cinéma en a vu d'autres. La télévision ne l'a pas tué, la vidéo et le DVD non plus. Mais la révolution numérique risque d'être plus difficile à gérer car le numérique touche aussi bien la fabrication des films que la diffusion. Et les opérateurs comme France Telecom ou Apple sont en embuscade. Qui sait que France Telecom avec Studio 37, sa filiale, produit déjà 15 films par an (contre 125, il est vrai, pour Canal+) ? Et l'opérateur ne se contentera pas de louer ses tuyaux, il s'intéresse à la VOD (*Video on Demand*) qui fournira tous les films qu'on veut chez soi. Les vidéo clubs vont disparaître comme les disquaires, les fournisseurs de photo...

Les producteurs ne se plaignent pas : les voici garnis d'une nouvelle source de revenus, une fois le passage du film en salle, dont le temps se réduit souvent à trois petites semaines. Les fournisseurs d'accès à internet vont devoir mettre la main à la poche (2% de taxe sur le chiffre d'affaire). A Cannes, on entendra les producteurs sur la piraterie qui s'intensifie avec la généralisation du haut débit et l'amélioration des techniques de compression de l'image.

Et les salles ? Derniers maillons de la chaîne du cinéma, elles gardent l'avantage sur les films à effets spéciaux, les films « en relief ». Mais c'est surtout **la projection numérique qui va s'homogénéiser** : d'un clic, on pourrait projeter un film partout dans le monde, sans pellicule ni transport... Et que dire du coût d'une copie, quasiment nul contre un bon vieux 35 mm pour lequel on doit déboursier encore mille dollars par pellicule. Les salles sont de mieux en mieux équipées... par les producteurs et les distributeurs qui cherchent à contrôler l'ensemble de la filière.

Ainsi va le cinéma mondial. Beaucoup plus cloisonné qu'on ne le prétend (voir tab. 3) par **l'inégale accessibilité des spectateurs à des œuvres étrangères à leur culture**, le cinéma reste autant l'expression d'une *world culture* que de particularismes qui ne demandent qu'à fleurir à l'écran. Les structures techniques et juridiques comme les marchés construisent ce *patchwork* de rêves, de visions et de fantasmes qui se drapent à Cannes le temps d'une fête.

Gilles Fumey

Tab. 2 : Millions d'entrées en 2005 (source CNC)

Inde	3600
Etats-Unis	1400
France	174
Royaume -Uni	165
Japon	160
Corée du Sud	143
Chine	137
Allemagne	127
Espagne	126

Tab. 3 : Part du film national en % du nombre d'entrées en 2005 (source CNC)

Inde	92
Etats-Unis	86
Chine	60
Corée du Sud	55
Japon	41
France	37
Royaume-Uni	34
Espagne	17
Italie	17
Allemagne	17

Les articles cinéma sur le site des Cafés géo :

- La rubrique cinéma : [Des films](#)
- Un débat avec A. J. Scott (UCLA) : [Du local au mondial : les industries culturelles](#)
- [Cannes ou le génie du lieu du cinéma](#)
- [Bobines babélisées au Festival de Cannes \(ou comment le cinéma se mondialise\)](#)
- [Festival de Locarno, le droit de cité du cinéma](#)
- [Locarno, le cinéma autour du monde](#)
- [Films sans frontières à Locarno](#)

[1] Dans le prix d'un billet acheté au guichet, sont compris la taxe sur la salle (environ 10%), celle de la télévision (5,5% du chiffre d'affaires), la vidéo ((2%) et la VOD ou Vidéo à la demande (2%). Ce système a été mis en place dans les années 1950 par crainte d'une inondation de films étatsuniens.