



MEMBRES DU BLOC – BUREAU DE LIAISON DES ORGANISATIONS DU CINEMA

2008 : UNE SITUATION PREOCCUPANTE POUR LA DISTRIBUTION INDEPENDANTE

ETAT DES LIEUX

Prenant acte qu'ils font face aux mêmes difficultés liées à l'évolution des conditions de diffusion des films, et qu'ils tendent vers les mêmes objectifs, Le SDI (Syndicat des Distributeurs Indépendants) et DIRE (Distributeurs Indépendants Réunis Européens) ont décidé de mettre en commun leurs réflexions et de proposer aux Pouvoirs Publics les réformes qui permettront aux distributeurs indépendants de continuer à défendre une certaine idée du cinéma : celle de la diversité de l'offre de films et de l'accès des spectateurs au plus grand nombre de cinématographies du monde.

Rappel : Le poids des distributeurs indépendants

Dans le secteur cinématographique, la fonction de « recherche et développement » n'est pas intégrée aux groupes qui dominant le marché. Les risques inhérents à cette démarche sont exclusivement assumés par les distributeurs indépendants, sans que les coûts puissent en être amortis sur les recettes des films à réel potentiel commercial, dont bon nombre ne pourraient pourtant pas exister sans ce travail de découverte.

Sans les distributeurs indépendants, les grands auteurs français et internationaux dont les noms suivent (liste de surcroît très partielle), qui symbolisent la richesse du cinéma, n'auraient pas été découverts :

Pedro ALMODOVAR, Théo ANGELOPOULOS, Denis ARCAND, Rachid BOUCHAREB, Kenneth BRANAGH, Catherine BREILLAT, Laurent CANTET, Nuri Bilge CEYLAN, Claude CHABROL, Youssef CHAHINE, Isabelle COIXET, Pedro COSTA, Luc & Jean-Pierre DARDENNE, Arnaud DESPLECHIN, Bruno DUMONT, Victor ERICE, Tony GATLIF, Robert GUEDIGUIAN, Alain GUIRAUDIE, Bent HAMER, Michael HANEKE, Otar IOSSELIANI, Benoit JACQUOT, Jim JARMUSH, Aki KAURISMAKI, Abdellatif KECHICHE, LEE Chang-Dong, Ken LOACH, Tonie MARSHALL, Nanni MORETTI, Michel OCELOT, François OZON, Carlos REYGADAS, Eric ROHMER, Alexandre SOKOUROV, Elia SULEIMAN, Lars VON TRIER, Wim WENDERS, Michael WINTERBOTTOM, WONG Kar-Wai ... Tony GATLIF, Robert GUEDIGUIAN, Bent HAMER, Michael HANEKE, HOU Hsiao-Hsien, Otar IOSSELIANI, Benoit JACQUOT, Jim JARMUSH, Aki KAURISMAKI, Abdellatif KECHICHE, Ken LOACH, Tonie MARSHALL, Nanni MORETTI, François OZON, Lars VON TRIER, Wim WENDERS, Michael WINTERBOTTOM ...

Le distributeur indépendant tient de surcroît un rôle essentiel dans le financement des films français et de coproduction européenne, en apportant souvent les seuls fonds privés, son engagement étant de plus en plus une condition sine qua non à l'intervention d'une chaîne de télévision.

Plus généralement, les sociétés indépendantes ont distribué en 2007 :

- Plus de 60% des films, représentant près de 30% de parts de marché
- 79% des films européens hors films nationaux et coproductions
- 87% des films relevant des cinématographies extra-européennes hors Etats-Unis [94% pour ceux relevant des « cinématographies peu diffusées »]
- 97% des films de patrimoine, permettant aux jeunes générations d'accéder à la mémoire du cinéma

Si l'on considère par exemple **les films européens présents en sélection officielle au Festival de Cannes sur les trois dernières années**, on constate qu'environ **85% d'entre eux sont distribués par des indépendants**.

Si l'on considère **les films primés à Cannes, Venise et Berlin dans les 6 dernières années**, on constate que **80% d'entre eux sont distribués par des indépendants**.

Un dangereux paradoxe : la fragilité d'un maillon essentiel

Jamais le rôle du distributeur, « passeur » entre la création et la salle de cinéma, n'a été aussi essentiel ; jamais non plus sa situation n'a été aussi fragile, comme le relève entre autres le rapport de la mission « cinéma et droit de la concurrence ».

Aujourd'hui :

- ce sont les exploitants qui sont en position de force, les écrans étant devenus une ressource rare face au nombre de films proposés et à l'explosion des combinaisons de sortie
- les coûts assumés par les distributeurs sont des « coûts échoués », sans possibilité de récupération au-delà de la carrière de plus en plus courte des films en salle, au contraire des investissements des producteurs et des exploitants

En 2007, 48% des films n'ont pas dépassé 20.000 entrées, un distributeur indépendant risquant alors de ne pouvoir percevoir au mieux que 35 à 40.000 €.

Les distributeurs indépendants sont les seuls à subir intégralement le risque d'échec commercial et se trouvent fragilisés par l'évolution du marché.

Une concentration forte et la dégradation des conditions d'exposition des films

Une concentration accrue

On assiste depuis quelques années à une forte concentration verticale et horizontale, en France comme en Europe. Elle est étroitement liée à la domination des filiales des majors ou de groupes liés à celles-ci.

Ce phénomène est accentué depuis la fin des années 90 par l'arrivée de filiales de distribution de films issues des chaînes privées de télévision. Ces filiales disposent d'une surface financière mobilisable incomparable et d'une certitude de diffusion TV/ADSL qui leur permet de récupérer leurs investissements en se revendant les films à elles-mêmes au prix nécessaire, hors de toute prise en compte de leur potentiel commercial réel. L'arrivée des grands groupes de télécommunication, à la recherche de contenus, ne fera qu'amplifier ces effets.

L'accélération de la rotation des films

Le nombre de copies a augmenté de près de 70% depuis 1998 contre une progression de 25,9%¹ de l'offre de films. **La durée de vie des films en salle se trouve mécaniquement raccourcie.**

La part de marché croissante des multiplexes (53,1% des entrées, et 56,1% des recettes en 2007²) (*observatoire*) accentue encore ce phénomène, tout comme l'introduction des diverses formules d'abonnement au cinéma, et plus particulièrement les cartes illimitées qui, par « effet de concurrence », ont conduit la plupart des autres salles – y compris de nombreuses salles « art et essai » - à adopter des comportements identiques, majoritairement « marchands ».

La conséquence est une rotation accélérée des films, au détriment des plus fragiles, qui disposent de moyens de promotion limités et auraient besoin de temps pour rencontrer leur public.

L'inflation des frais de sortie

Les dépenses publicitaires brutes du cinéma sont passées de 129 à 425M€ entre 1998 et 2007³, soit une augmentation de plus de **230%**.

Dans le même temps, on observe que les dépenses liées aux investissements publicitaires en salles ont explosé, multipliées par 20, atteignant des sommes record en 2006 (54M€).

Outre que, comme on l'a noté, l'arrivée des filiales des chaînes privées de télévision a fait basculer les politiques promotionnelles dans des logiques sans rapport avec le marché des salles, cette brutale évolution est notamment liée à :

- la commercialisation de tous les leviers de promotion des salles (bandes-annonce, affichage préventif, journaux à diffusion gratuite, ...)
- la mise en place d'une logique d' « offre saturante » dans le but d'envahir le marché pendant les quelques semaines d'exploitation de leurs films.

¹ Bilan 2007 du CNC

² Observatoire de la diffusion et de la fréquentation cinématographiques, 2007

³ Bilan 2007 du CNC

Cette pratique, que doit accepter un distributeur indépendant pour assurer une visibilité à son film, correspond **en réalité à une baisse déguisée du taux de location négocié par le distributeur avec la salle**. Les Pouvoirs Publics ont ainsi laissé les salles opérer un « **détournement** » **d'une partie significative des subventions sélectives et du soutien automatique réservés aux distributeurs**.

On note enfin une **explosion des frais de promotion sur Internet** : inexistants en 2002, ils s'élèvent aujourd'hui à plus de 114M€ (2007), et ont quasiment doublé en un an (ils étaient déjà de 60M€ en 2006) ¹

L'évolution inéluctable vers la diffusion numérique en salle : une extrême vigilance s'impose

Pendant plusieurs années, argentique et numérique coexistant, la situation sera délicate pour les distributeurs indépendants. En effet, les copies argentiques étant en nombre bien moins important, leur coût unitaire augmentera probablement considérablement. Par ailleurs, le coût marginal des copies numériques étant négligeable, les stratégies d'offre saturante risquent d'être amplifiées.

Il convient donc de **veiller à ce que le passage au numérique ne devienne pas l'outil d'une concentration accrue, au détriment de l'indépendance des entreprises du cinéma et de la diversité culturelle** (notamment du fait de la présence de « tiers investisseurs » qui seraient potentiellement en mesure de maîtriser toute la filière cinématographique ou, plus simplement, de peser sur la programmation des salles).

Le passage au numérique peut – et doit -, au contraire, représenter à terme une source d'économies substantielles pour les distributeurs. Cependant, cette transition ne sera harmonieuse et garante de diversité que si des modèles incitatifs sont mis en place avec le concours des Pouvoirs Publics, permettant à la fois aux distributeurs de réaliser des économies immédiates et aux salles d'accéder à l'équipement dans des conditions équitables, quel que soit leur statut juridique ou économique. C'est pourquoi les distributeurs indépendants réunis au sein de DIRE et du SDI se sont engagés au sein d'une association baptisée Collectif des Indépendants pour le Numérique (CIN), avec d'autres organisations professionnelles (AFCAE, SCARE, GNCR, SPI, APC, Europa Cinémas, Europa Distribution...). Le but du CIN est de réfléchir à la mise en place d'un modèle de financement de l'équipement numérique fondé sur des principes mutualistes et solidaires.

Un système d'aides à la distribution inadaptées aux évolutions du secteur et du marché

Face à de tels bouleversements et à l'extrême fragilisation des distributeurs indépendants, les systèmes d'aides n'ont pas su évoluer pour atteindre le niveau qu'exigerait leur exposition frontale aux risques et leur position stratégique pour que perdure une offre de films consacrée à la création et ouverte sur le monde.

L'aide sélective à la distribution est insuffisante ; elle ne représente en 2008 qu'une enveloppe de 7,10 M€ contre 52,04 M€ à la production et 22,60 M€ à l'exploitation (**soit seulement 8,7% du total des**

¹ Bilan 2007 du CNC

aides sélectives de la filière). Or la distribution est en outre le seul secteur de la « chaîne cinéma » à ne faire l'objet d'aucun soutien complémentaire au plan régional.

Le niveau du soutien automatique à la distribution marque également le retard pris dans la prise en compte du rôle des distributeurs : 21,85 M€ – ce qui représente 14,50% de l'ensemble des aides automatiques - contre 71,50 M€ à la production et 57,07 M€ à l'exploitation.

Bien que les soutiens automatiques et sélectifs soient augmentés, en 2008, de 10% par rapport à 2007, **on peut néanmoins s'interroger sur le fait que des sociétés de distribution intégrées à des groupes dont l'activité principale n'est pas le cinéma perçoivent le même taux de soutien automatique à la distribution que des sociétés indépendantes.** Car ces aides ne représentent qu'un apport marginal pour les filiales des chaînes de télévision, alors qu'elles sont essentielles pour les distributeurs indépendants. On a vu par ailleurs que ces filiales opèrent suivant une stratégie économique de distribution « multisupports » ; le soutien ne vient qu'accentuer une politique de surenchère sur le marché de la distribution.

Dans le secteur de la télévision, les diffuseurs, locataires d'une concession de service public, doivent respecter des obligations imposées par le CSA. Dans le domaine du cinéma, aucune contrainte ne vient réguler leur présence hégémonique.

Le cinéma à la télévision

Les politiques d'acquisition de films

On assiste à une **rapide dégradation des ventes de films de catalogue à la télévision** (baisse du nombre de films vendus et du prix moyen par film), notamment du fait de l'autoalimentation au sein du groupe Canal +, autorisée à hauteur de 30%. La fusion Canal Satellite/ TPS avait réduit de deux à un le nombre des « guichets » existants et a conduit à la suppression de plusieurs chaînes cinéma, sans que les prix d'achat par Canal Satellite ne changent ; le nombre des abonnés aux offres multiples relevant du groupe Canal + a cependant très fortement progressé (plus de huit millions aujourd'hui).

De même, la disparition progressive des « cases cinéma » sur les chaînes en clair et, plus généralement, l'abandon d'un traitement « éditorialisé » de la programmation des films à la télévision est très préoccupante. L'offre de films est artificiellement concentrée la nuit et sur la période d'été.

Or ces ventes sont une activité cruciale pour de nombreux distributeurs indépendants puisqu'elles leur permettent de trouver un équilibre financier et économique nécessaire à la recherche et à la distribution de nouveaux films d'auteurs, de toutes nationalités. Ces phénomènes provoquent un manque à gagner qui pèse lourd sur les comptes des sociétés de distribution indépendantes.

Alors que l'opérateur de télécommunication Orange vient d'annoncer la création d'une nouvelle offre de chaînes payantes, une sérieuse réflexion doit être rapidement engagée afin que la diversité culturelle soit bien prise en considération.

Si les distributeurs indépendants se réjouissent de la création de nouvelles chaînes Cinéma, il est essentiel que celles-ci s'inscrivent dans un cadre réglementaire équitable et ne viennent pas accentuer les dégradations déjà observées.

Ce d'autant plus que les services dits de « catch-up TV » (télévision de rattrapage) se mettent en place. Ces services représentent une nouvelle forme d'exploitation des œuvres, qui doit être valorisée progressivement, dans la mesure de l'usage qui en sera fait par le public.

La contribution des chaînes au soutien à la distribution

Il est désormais reconnu que le distributeur crée l'image du film, sa notoriété et lui fait rencontrer son public, lui donnant sa valeur économique, qui se répercute ensuite sur toute la chaîne des droits. Or, le distributeur est aujourd'hui le seul à assumer la charge de ce travail.

Malgré les demandes insistantes de l'ensemble des distributeurs, et à l'exception de Canal + qui a instauré un fonds mutualisé (6,21M€ en 2007), **aucune chaîne n'a encore mis en place une contribution à la distribution et à l'effort de sortie des films**, en dépit de certains engagements de principe, notamment de la part des chaînes du service public.

Nous demandons à l'ensemble des chaînes qui diffusent des films de cinéma agréés (y compris des films minoritaires français) de réfléchir, dans les plus brefs délais, à la mise en place d'un fond de participation à l'effort de sortie des films, à l'image de l'aide Canal+. Nous comptons à cet égard sur l'intervention et l'appui des Pouvoirs Publics.

Le principe d'une contribution à l'effort de sortie devrait également s'appliquer aux autres supports d'exploitation des films, éditeurs vidéo et opérateurs VOD, qui bénéficient du travail effectué « en aval » par les distributeurs de films.

Le cinéma sur Internet

Le piratage et les actes de téléchargement illicites touchent désormais la plupart des œuvres cinématographiques.

DIRE et le SDI sont signataires des « accords de l'Elysée », et soutiennent le projet de loi « Création et Internet » défendu par la Ministre de la culture et de la communication. Aux côtés de l'ensemble des organisations professionnelles du cinéma, ils affirment que la lutte contre le piratage sur Internet est urgente et essentielle pour garantir la juste rémunération sans laquelle aucun renouvellement de la création cinématographique ne peut exister, et pour qu'une offre légale de films en ligne se développe.

NOS PROPOSITIONS

1. La création d'un « label de référence » du distributeur indépendant

Nous revendiquons tout d'abord une reconnaissance de la spécificité de notre statut, par la création d'un label « Distributeur indépendant » attribué sur la base d'une définition objective des conditions d'exercice d'une société.

Car ce qui caractérise à nos yeux le distributeur indépendant, c'est d'abord **une situation économique fragile liée à l'absence de fonds propres et à l'absence de garantie sur la vente des droits dont il dispose**, ce qui transforme la distribution de chaque nouveau film en une prise de risque majeure pour la société.

Un distributeur est indépendant lorsque son activité principale est le cinéma, ce qui exclut en premier lieu les filiales des chaînes de télévision, des groupes de télécommunication et des fournisseurs d'accès à Internet, **et lorsqu'il ne s'appuie pas sur un réseau de salles national ou localement en position dominante**. Le but d'un distributeur indépendant, ce n'est pas de valoriser les droits télévisuels, les droits vidéographiques, mais de faire découvrir dans les salles de cinéma une œuvre et un auteur exigeant au plus grand nombre : il s'agit de promouvoir l'expérience collective et citoyenne que représente le visionnement d'un film dans une salle obscure et de pérenniser le tissu social et humain que représentent les salles Art et Essai en France.

Ne nécessitant aucune procédure législative lourde, **l'instauration d'un tel label permettra ensuite d'orienter les soutiens à la distribution en direction des entreprises indépendantes, de plus en plus fragilisées**. Il serait **attribué par le CNC selon des critères d'indépendance économique et de cohérence de ligne éditoriale**.

Comme cela a été démontré par ailleurs, **les sociétés non indépendantes ont d'autres ressources et un autre positionnement économique, qui leur rend les aides à la distribution marginales ; en revanche, celles-ci sont vitales pour les sociétés indépendantes**. Face à l'inflation permanente des frais de sortie des films et à la stagnation ou à la diminution des aides à la distribution, la création d'un statut de distributeur indépendant est essentielle pour le maintien de la diversité culturelle des cinématographies proposées au public en France.

Il convient d'ajouter que ces mesures profiteraient directement aux producteurs indépendants et aux auteurs qu'ils défendent ainsi qu'aux salles art et essai, en permettant de renforcer la confiance du marché dans la viabilité d'œuvres a priori fragiles, au lieu de se concentrer uniquement sur des films formatés "grand public", qui peuvent se révéler des désastres financiers lorsqu'ils n'atteignent pas leurs objectifs.

Rappelons ici également que les Pouvoirs Publics espagnols, dans le cadre de la négociation de la nouvelle loi audiovisuelle, ont introduit la notion de distributeur indépendant selon des termes similaires à ceux que nous proposons.

Le label de « distributeur indépendant » pourrait être attribué sur la base de la définition suivante :

« Sont considérées comme **indépendantes**, les **sociétés de distribution qui ne relèvent d'aucune des catégories suivantes** :

- o sociétés intégrées ou liées à un groupe contrôlant un circuit d'exploitation cinématographique national ;
- o sociétés filiales d'une structure d'exploitation cinématographique réalisant 0,5% de part de marché nationale ou plus de 25% dans sa zone de chalandise ;
- o sociétés filiales d'une entreprise de télédiffusion, d'un groupe de communication audiovisuelle, d'une société de télécommunications ou d'un fournisseur d'accès à internet ;
- o sociétés filiales d'un établissement ou d'un groupe industriel ou financier ;
- o sociétés directement ou indirectement liées à une société de distribution cinématographique non européenne »

2. Une réforme des aides à la distribution

2.1. L'aide automatique

Comme nous venons de l'exposer, **il est essentiel que le soutien automatique à la distribution revienne en intégralité aux distributeurs dont l'activité principale est le cinéma.**

Une meilleure répartition du compte de soutien distributeur au profit des indépendants permettrait d'encourager plus fortement la dynamique qu'ils impulsent vers une politique d'avances financières conséquentes aux producteurs, politique qu'ils risquent d'abandonner au profit de choix plus faciles et moins risqués d'importations et d'achats de catalogues.

2.2. L'aide sélective

- Affirmation selon laquelle les aides sélectives à la distribution sont des **aides qui reviennent exclusivement au distributeur et ne figurent pas dans les comptes de remontée de recettes.**

En effet, les aides sélectives font systématiquement l'objet de négociations entre le distributeur et les ayants droit, à tel point qu'elles peuvent être traitées différemment d'un mandat à un autre (soit elles n'apparaissent pas du tout dans le compte producteur, soit elles viennent en déduction des frais de sortie, soit elles sont considérées comme des recettes).

- « **Sanctuarisation** » de **30% de l'aide sélective aux programmes et aux films correspondant aux frais de fonctionnement des distributeurs.**

Une part de 30% de l'aide devrait être sanctuarisée au titre des frais de fonctionnement des sociétés de distribution et ne pas à être justifiée par la présentation de factures de frais d'édition.

Cette disposition améliorerait les fonds propres des sociétés indépendantes et compenserait pour certaines l'obligation de limitation à 33.000 € des aides aux entreprises de distribution, imposée par la Commission Européenne à la France.

- Par ailleurs, il serait souhaitable **d'augmenter significativement les enveloppes du soutien aux films « jeune public » et « patrimoine »**. L'accès à ces films s'effectue en effet à un prix de place inférieur à la moyenne des autres films disposant d'une aide sélective, subissant ainsi un premier handicap financier aujourd'hui non compensé par le niveau de l'aide sélective éventuellement attribuée.

Résultant d'arbitrages au sein de l'enveloppe globale de l'aide sélective, les enveloppes respectives de ces deux « sous commissions », déjà insuffisantes par le passé, ont beaucoup diminué ces dernières années (- 40% pour le jeune public et - 10% pour le patrimoine depuis 2004). Par conséquent, les sessions de fin d'année de l'aide aux films jeune public sont peu dotées, la commission ayant distribué en cours d'année la majeure partie de l'enveloppe dont elle dispose.

3. La transition vers la diffusion numérique en salles

3.1. La garantie du maintien de la diversité par une réorientation de l'attribution du fonds de soutien à l'exploitation

L'arrivée du numérique peut représenter une chance pour le secteur en conduisant, à terme, à de réelles économies au bénéfice des distributeurs et des producteurs. Mais elle va également bouleverser les rapports de force entre les différents acteurs de la filière cinématographique. Il s'agit donc **d'anticiper dès aujourd'hui ces bouleversements, afin que le compte de soutien à l'exploitation ne devienne pas un instrument de renforcement des positions dominantes mais bel et bien un outil pour corriger les déséquilibres**. Notre système d'aides, unique au monde, doit continuer à favoriser le cinéma français et européen et servir ainsi la diversité culturelle.

Nous proposons en conséquence de profiter de cette mutation vers le numérique pour mettre en place un système de soutien prenant en compte le comportement plus ou moins vertueux des différents acteurs, sur la base de coefficients de majoration et de minoration des aides automatiques en fonction de critères qualitatifs objectifs et négociés.

3.2. L'appui des Pouvoirs Publics

Afin de permettre la réussite de la transition vers le numérique, dans un esprit de mutualisation, n'écartant aucun acteur et garantissant la diversité, le mouvement doit s'accompagner d'un encadrement des Pouvoirs Publics pour :

- désigner un prestataire techniquement indépendant chargé d'opérer pour le compte et sous l'autorité du CNC une plateforme de génération et de gestion des clés de lecture du film ((cf Rapport Goudineau - recommandation n°9) et des éventuelles contributions versées par les distributeurs

- apporter un appui à la numérisation des contenus européens afin que le marché ne soit pas laissé aux films américains
- garantir l'interopérabilité des systèmes mis en place

- exiger une transparence accrue des rapports distribution / exploitation.

4. Les rapports entre distributeurs et exploitants

4.1. En premier lieu, nous tenons à rappeler que la réflexion sur les liens entre cinéma et droit de la concurrence était absolument nécessaire et nous félicitons le CNC et les rédacteurs du rapport pour leur travail.

La rémunération des distributeurs est au cœur de ces réflexions et il va de soi que ceux-ci devraient être préalablement et systématiquement consultés par les exploitants en cas de modification du niveau de prix des places. Nous ne manquerons pas de diffuser les contributions que nos deux syndicats ont émises à la suite de la publication du rapport Perrot-Leclerc et tenons à rappeler ici que, quelle que soit la modalité retenue, nous nous engagerons avec détermination pour défendre le maintien du niveau de partage des recettes salle destinées au distributeur.

Nous sollicitons les Pouvoirs Publics pour que soit mis en place au plus vite, à la suite du rapport « cinéma et droit de la concurrence », un encadrement réglementaire de toutes les politiques promotionnelles des salles de cinéma sur la base d'un prix de référence négocié et garanti.

4.2. En second lieu, nous considérons qu'il est **urgent de réfléchir au phénomène d'explosion des frais de promotion des films dans les salles et à la méthode dite des « marges arrière »** ainsi pratiquée (facturation de l'affichage, des insertions dans les journaux sur sites, du passage des films annonce, ...) : elles viennent en effet in fine réduire largement la part distributeur en contrevenant indirectement à la répartition équitable des recettes ; **elles opèrent également une « captation » supplémentaire induite des aides (soutien automatique comme aides sélectives) accordées aux distributeurs au titre des frais de sortie.** En outre, certains circuits conditionnent désormais le versement de la recette due au distributeur au paiement préalable des frais de publicité, ce qui est inacceptable et illégal.

4.3. Enfin, nous constatons que les **taux de location**, instrument traditionnel de négociation entre distributeurs et exploitants, sont désormais revus quasi systématiquement à la baisse, baisse imposée souvent dès la deuxième semaine d'exploitation dans grand nombre d'établissements cinématographiques. Le distributeur est dès lors privé de tout levier commercial et de toute force de négociation.

5. Les rapports entre distributeurs et télévisions

Nous demandons aux Pouvoirs Publics leur intervention et leur appui pour relancer la réflexion sur les rapports entre les distributeurs et les chaînes de télévision.

Nous proposons :

- de **sanctuariser les cases cinéma** actuelles afin de les rendre très identifiables et de travailler sur **l'éditorialisation** des films afin de faire naître le désir de cinéma chez les téléspectateurs
- **une participation significative à l'effort de sortie des films de la part de l'ensemble des chaînes en clair et des chaînes diffusant majoritairement du cinéma**, au même titre que ce qui existe pour Canal +, à travers la mise en place d'un fonds d'aide à la distribution. A ce titre, il est essentiel que les distributeurs soient pleinement représentés au sein de la commission de suivi de l'accord signé entre les professionnels du cinéma et France Télévisions en décembre dernier, qui est notamment chargée de réfléchir à ce volet.
Il va de soi que cette exigence s'applique à Orange, suite à l'annonce par cet opérateur de la création d'un ensemble de chaînes cinéma et séries.
- de réévaluer les prix d'acquisition des films de toutes nationalités par les chaînes cinéma relevant de Canal Satellite, suite à la fusion Canal Satellite/ TPS et à la forte progression du parc d'abonnés à cette nouvelle plate-forme satellite