

# Synthèse des réponses au questionnaire d'enquête ADRC adressé aux distributeurs ou éditeurs de films

## Méthodologie :

L'enquête a été menée du 2 au 17 avril 2020

Nombre de réponses obtenues : 56

Nombre de participants à l'enquête : 53

Les réponses ont fait l'objet d'un traitement en fonction du nombre d'entrées effectuées par distributeur.

Les catégories retenues sont les suivantes :

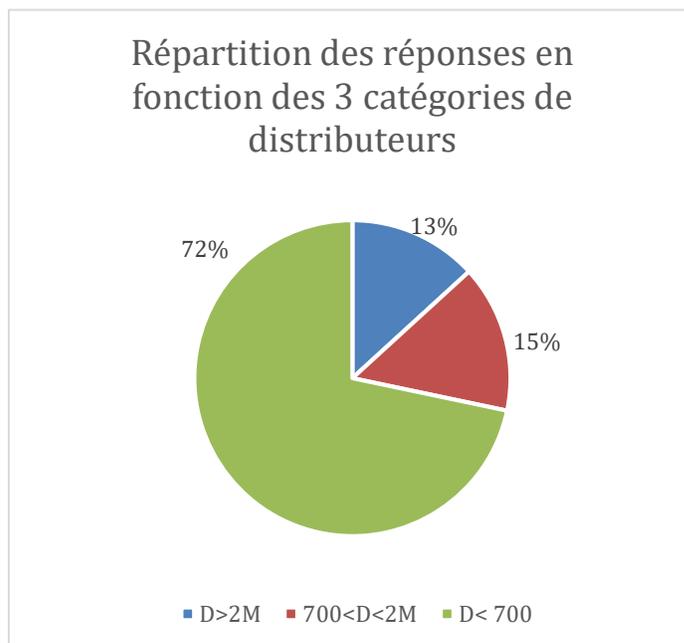
- Distributeurs ayant réalisé plus de 2 Millions d'entrées
- Distributeurs ayant réalisé entre 700 000 et 2 Millions d'entrées
- Distributeurs ayant réalisé moins de 700 000 entrées

Ces catégories sont celles qui ont été retenues par l'accord interprofessionnel du 13 mai 2016 sur les engagements de programmation et de diffusion.

Pour chacune des questions, les réponses font l'objet d'une présentation :

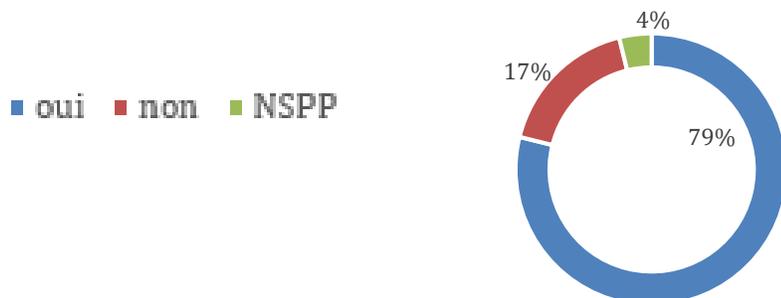
- Globale pour les 53 participants au questionnaire d'enquête
- Différenciée en fonction de la catégorie de distributeurs

La proportion des réponses de chacune des catégories de distributeurs est représentée ci-dessous :



**Q1 : Seriez-vous favorable la mise en place d'un calendrier concerté et temporaire de sorties de films (cf. Proposition Perrot Leclerc n°9 rapport 2008), afin, le cas échéant, de réguler les risques de saturation du marché qui seraient liés à l'accumulation d'un grand nombre de films porteurs sur le reste de l'année à venir ?**

### L'ensemble des distributeurs



#### **Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Sans équivoque, les plus gros distributeurs ayant répondu au questionnaire sont défavorables à la mise en place d'un calendrier concerté de sorties. Comme les gros films américains ne sortiront qu'en fin d'année 2020 et en 2021 (dans le cadre de sorties mondiales), un calendrier concerté en fonction du marché français serait trop restrictif. Par ailleurs, un opérateur soulève les risques d'un tel calendrier au regard des règles relatives au droit de la concurrence.

#### **Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Les distributeurs intermédiaires sont majoritairement favorables à la mise en place d'un tel calendrier mais des doutes subsistent sur la faisabilité. Comme les studios américains vont tarder à dater leurs différentes sorties mondiales, le risque de saturation du marché est à craindre du côté des films indépendants et des films porteurs recommandés Art et essai. Une concertation entre distributeurs s'impose. Régulée par le CNC ?

#### **Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Globalement les distributeurs qui réalisent moins de 700 000 entrées par an sont favorables à l'établissement d'un calendrier concerté de sorties de films.

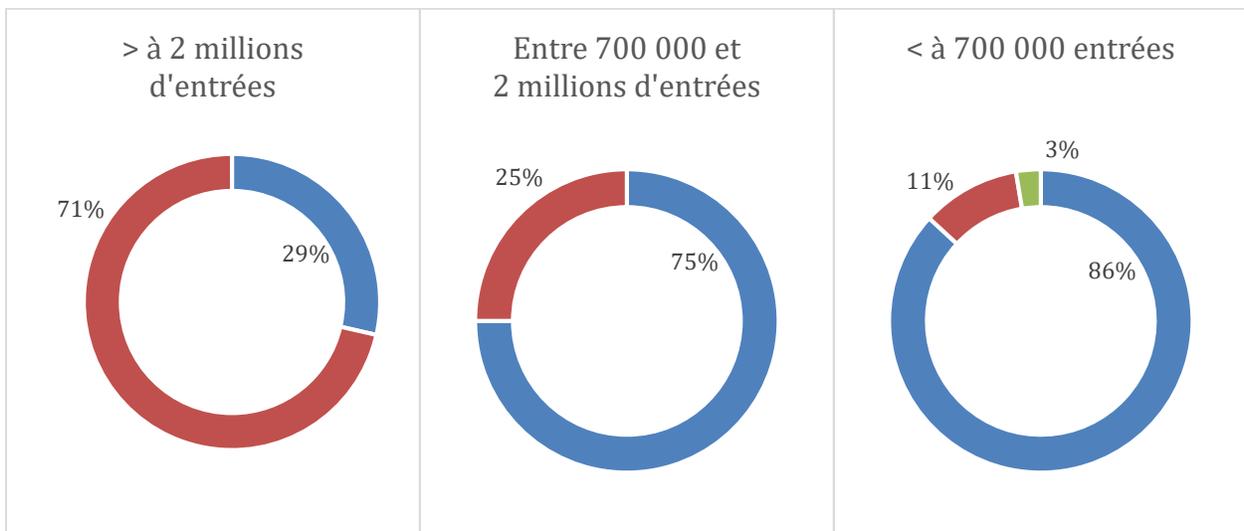
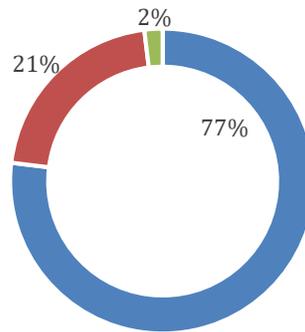
Certains proposent une limitation du nombre de copies de certains films, surtout à Paris. D'autres proposent de limiter globalement le nombre de films par semaine en veillant à un équilibre entre film généraliste porteur ou non, art et essai porteur ou non, film recherche, film de patrimoine...

Toutefois, ils n'occultent pas toutes les difficultés de la mise en place d'un tel outil, et notamment la difficulté d'établir des critères.

**Q2 : Souhaitez vous que l'institution de la Médiation du cinéma joue un rôle actif pour élaborer des recommandations structurantes pour la reprise d'activités ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Avis majoritairement défavorables à l'intervention de la Médiation du cinéma pour élaborer des recommandations structurantes pour la reprise, celle-ci étant déjà très souvent sollicitée. Le marché se réorganiserait tout seul entre les différents acteurs du secteur sans nécessité de nouvelles recommandations.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Si la médiation du cinéma doit intervenir, elle devra aller au-delà de son rôle consultatif et rappeler, adapter les règles de bonne conduite et avoir les moyens de le faire, sans quoi il n'y aura que le marché qui dictera sa loi.

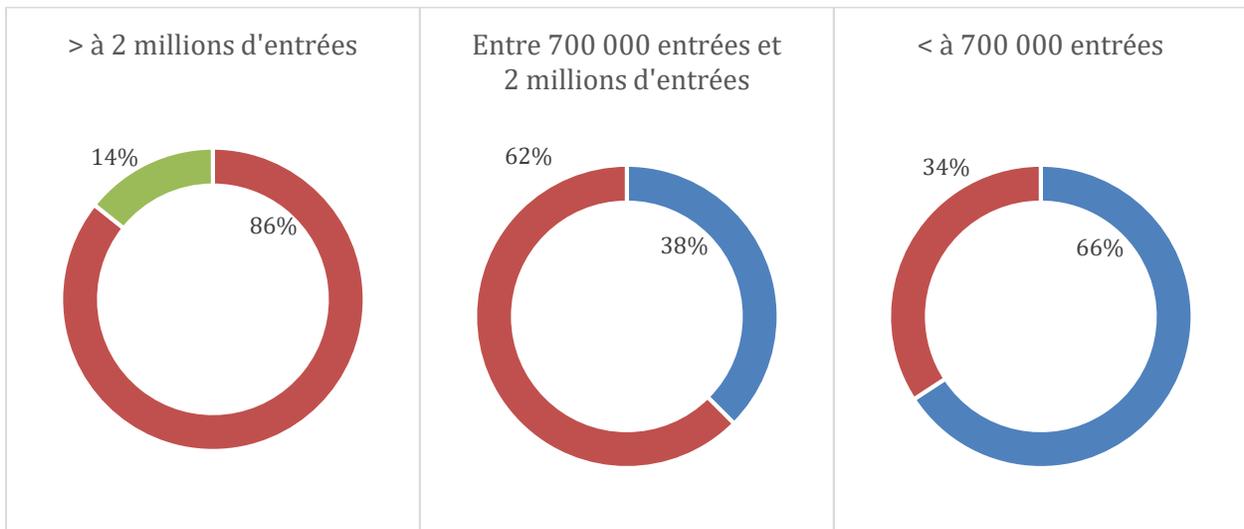
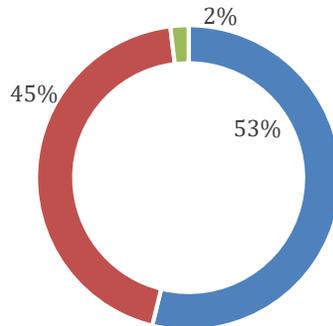
**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Majoritairement, ces distributeurs sont favorables à ce que la Médiation du cinéma joue un rôle actif pour élaborer des recommandations structurantes pour la reprise. Pour certains, il faut aider le médiateur à limiter les copies dans les grandes villes, notamment éviter leur multiplication pour un même film porteur par établissement et éliminer trois copies d'une même œuvre au sein d'un même quartier ou d'une même zone de chalandise.

**Q3 : Seriez-vous favorable, dans le contexte d'un afflux de l'offre de films disponible, à développer, pendant une période donnée jusqu'à la fin de l'année 2020, la multiprogrammation dans tous les cinémas ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Les plus gros distributeurs sont défavorables à la mise en place systématique de la multiprogrammation, même sur une période limitée, notamment pour les films porteurs dont la rentabilité de la sortie sera plus que nécessaire pour renflouer le manque à gagner occasionné par la fermeture des salles. A noter que la multiprogrammation est une pratique ponctuellement acceptée par les éditeurs de films dans certaines circonstances.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

S'il semble évident que les salles auront besoin de relancer la machine avec la programmation de films porteurs, il ne faut pas pour autant que les films indépendants soient sacrifiés et sous-exposés. Il serait donc souhaitable que les distributeurs de films porteurs n'imposent pas un trop grand nombre de séances, de manière à favoriser la multiprogrammation et laisser une chance à l'ensemble des films. Il s'agira de travailler en bonne intelligence. À noter cependant que la multiprogrammation ne peut être envisagée de la même manière en province et à Paris ; des choix de programmation devront être faits.

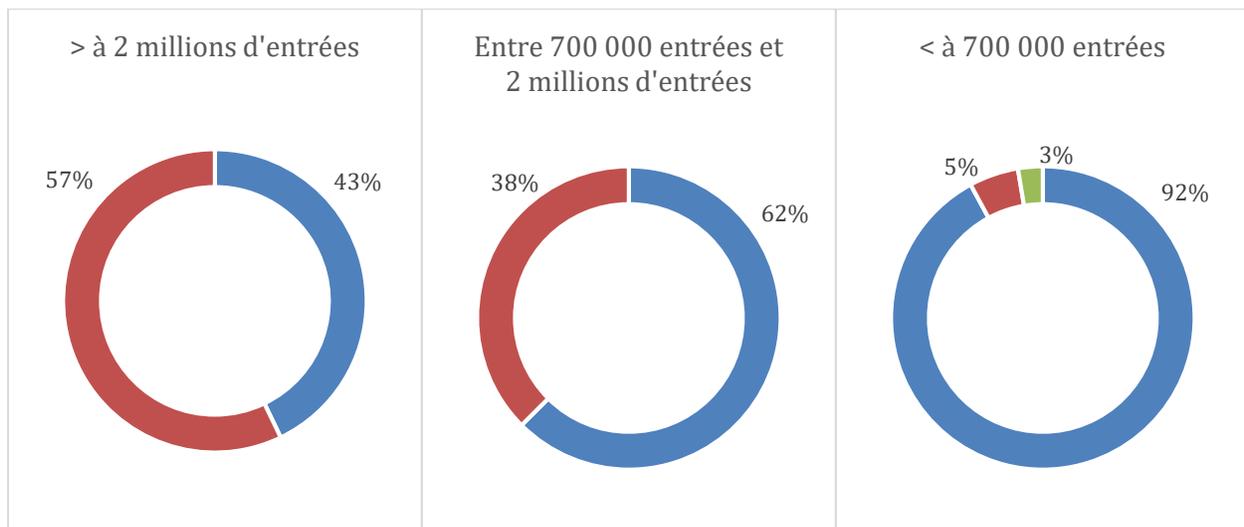
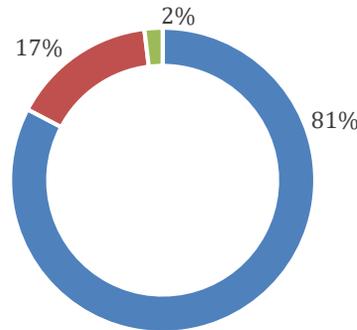
**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

La multiprogrammation est déjà imposée aux « petits » distributeurs et aux films « non porteurs ». Il faudrait que cette multiprogrammation s'applique à tous les distributeurs, tous les films et tous les cinémas (Province et Paris) et s'inscrive dans la durée.

**Q4 : Seriez-vous favorable à un moratoire entre distributeurs et exploitants (et régies publicitaires) pour suspendre jusqu'à la fin de l'année 2020, dans l'intérêt des distributeurs, le système des bandes annonces payantes ? Autrement dit réduire la boucle payante au profit de plus de « gratuit » pendant les avant séances ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

La proposition de réduction de la boucle payante au profit de plus de « gratuité » est jugée défavorable pour certains, notamment par les distributeurs/exploitants et considérée irréaliste, notamment parce que celle-ci constitue une belle source de revenus pour les exploitants. En revanche, au regard du très faible niveau du marché envisagé à la reprise, cela pourrait être une mesure nécessaire, afin de limiter les risques pris par les distributeurs.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

S'agissant de négociations commerciales entre opérateurs, il semble difficile d'imposer une gratuité de l'avant-séance mais il sera nécessaire de sanctuariser une proportion importante de l'avant-séance à des films annonces gratuits, de manière à ne pas trop avantager les distributeurs qui ont plus de moyens. Limiter les budgets consacrés à l'avant-séance permettrait de favoriser les investissements dans le préachat des films, notamment français.

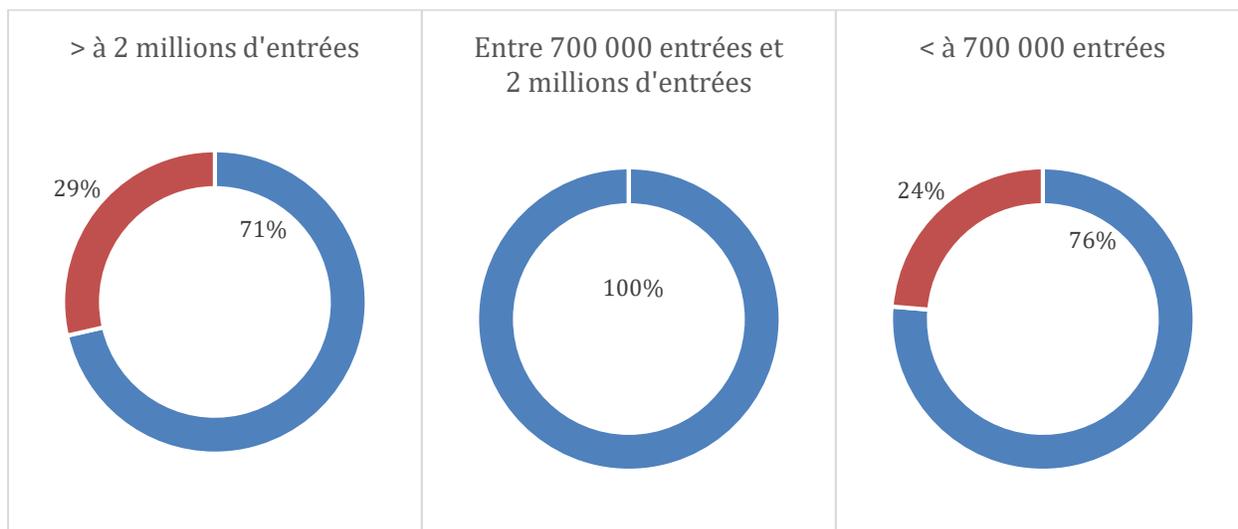
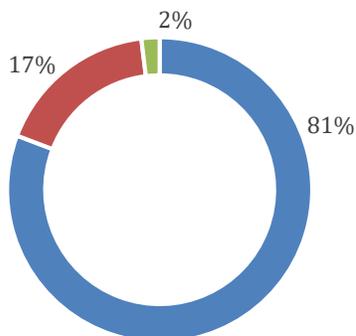
**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Ces distributeurs estiment pour la plupart que la diffusion du film-annonce vient en soutien à la programmation du film, car la salle a aussi intérêt à avoir des spectateurs. Les bandes annonces devraient toujours être gratuites pour tous les films dans tous les cinémas, même si certains conviennent d'un manque à gagner pour l'exploitation.

**Q5 : Dans l'hypothèse d'une reprise d'activité uniforme sur tout le territoire, souhaitez-vous que cette réouverture soit accompagnée par un événement national type Fête du Cinéma ou opération tarifaire nationale ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs

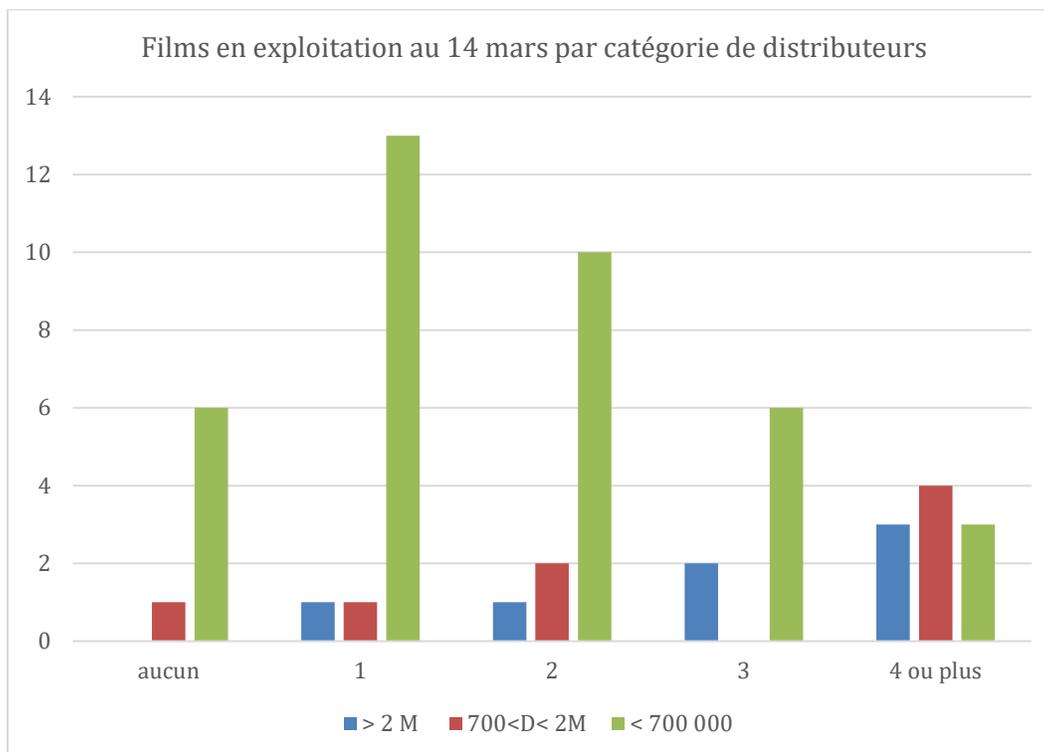
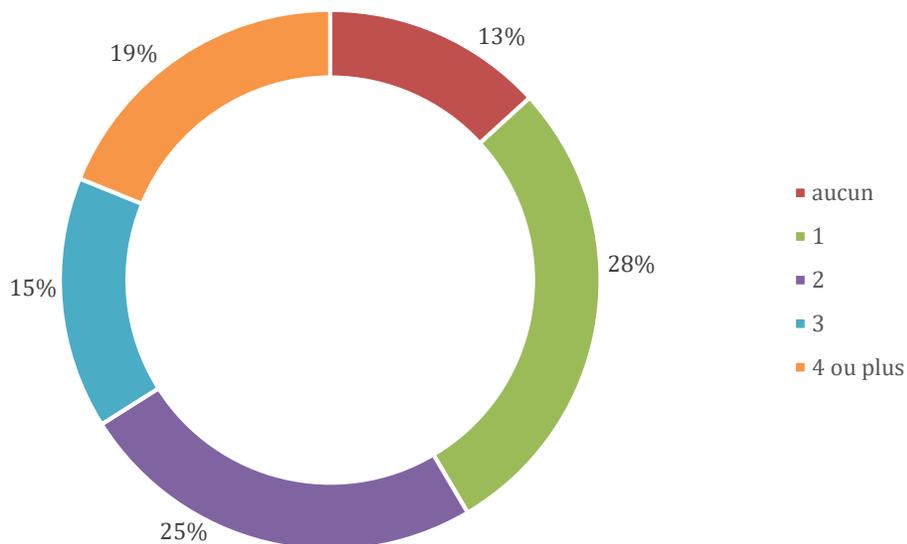


**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

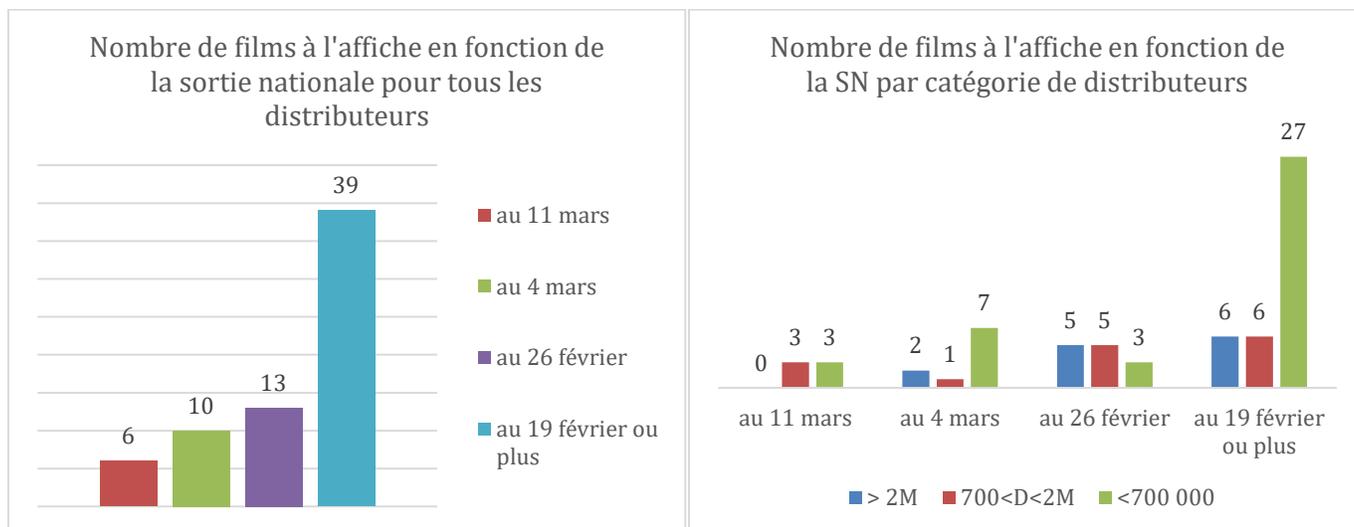
Un distributeur nous a signalé qu'il était favorable à un événement national à condition qu'il se construise autour d'événements pour animer les salles et défavorable à une opération tarifaire nationale.

## Q6 : Aviez-vous toujours un ou plusieurs films à l'affiche le 14 mars ?

### L'ensemble des distributeurs

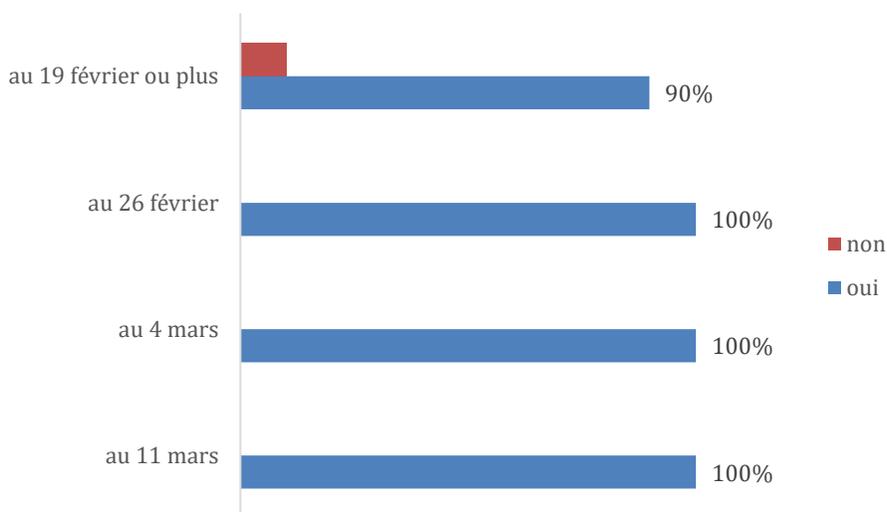


## Si oui, depuis quand ces films étaient-ils à l'affiche ?



## Pensez-vous que ces films disposaient d'un potentiel d'entrées restant ?

Potentiel des films en fonction de leur date de sortie pour l'ensemble des distributeurs



### Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :

Certains distributeurs estiment que beaucoup d'entrées ont été perdues sur ces films.

### Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :

A l'unanimité, l'ensemble des distributeurs intermédiaires estime que les films sortis avant la période de confinement avaient effectivement encore un très gros potentiel d'entrées, non seulement sur les séances publiques mais également scolaires.

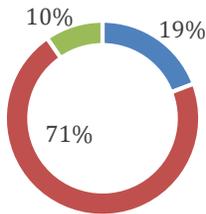
### Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées

Un travail d'exploitation en profondeur a été mené par les distributeurs pour que leurs films vivent dans la durée. Il restait encore du potentiel pour la plupart de ces œuvres, grâce notamment à l'organisation de débats, des rencontres avec les équipes, aux séances scolaires, à la participation à des festivals... Il faudrait accompagner ces films pour les faire revivre à la reprise.

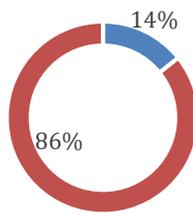
**Q7 : Envisagez-vous une forme de "ressortie" marketing du film avec des coûts additionnels de frais de sortie?**

■ oui ■ non ■ NSPP

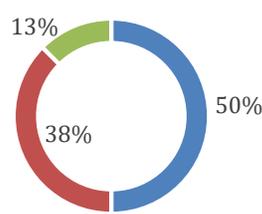
L'ensemble des distributeurs



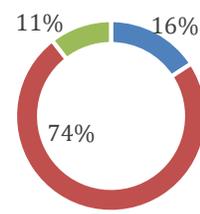
> à 2 millions d'entrées



Entre 700 000 entrées et 2 millions d'entrées

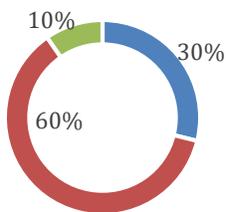


< à 700 000 entrées

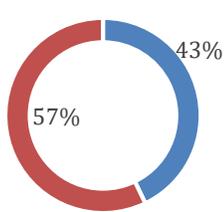


**Disposez-vous d'engagements de la part des exploitants de maintenir votre film au moment de la réouverture?**

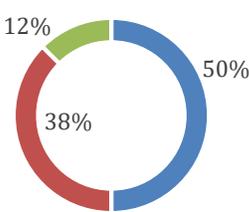
L'ensemble des distributeurs



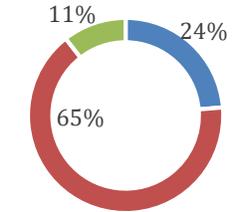
> à 2 millions d'entrées



Entre 700 000 et 2 millions d'entrées

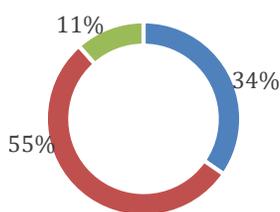


< à 700 000 entrées

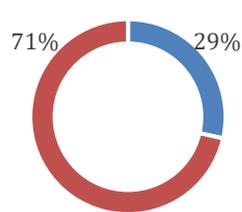


**Lors de la réouverture, pensez-vous qu'aucun nouveau film ne devrait sortir, de manière à laisser une belle exposition à ceux sortis avant le 14 mars**

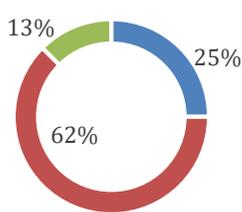
L'ensemble des distributeurs



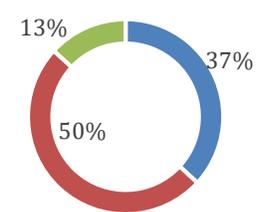
> à 2 millions d'entrées



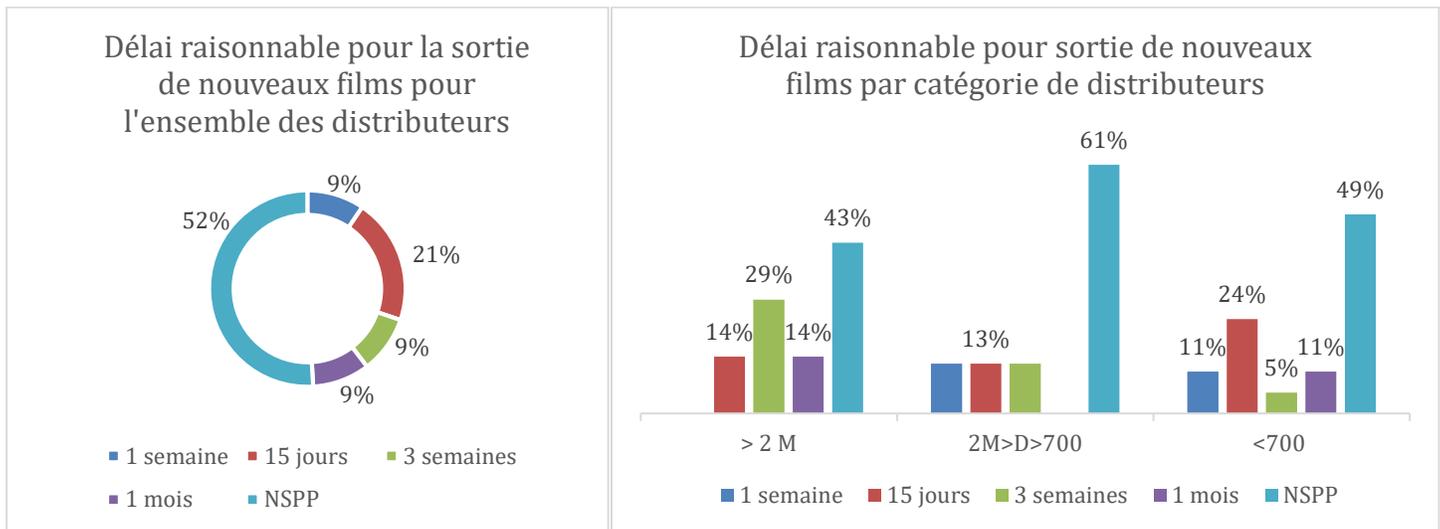
Entre 700 000 et 2 millions d'entrées



< à 700 000 entrées



**Si oui, dans quels délais raisonnables pensez-vous que les nouveaux films pourraient arriver sur les écrans ? Une semaine / 15 jours / 3 semaines / 1 mois**



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Considérant que la date de réouverture ne sera annoncée qu'une quinzaine de jours avant la reprise et que lancer la distribution d'un film nécessite un à deux mois, il sera de toute manière impossible de prévoir des nouveautés à proposer dans les salles. Il sera donc nécessaire d'envisager très rapidement une nouvelle offre pour relancer le marché sachant que les films sont considérés « vieux » au bout de trois mois.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Il semble évident que les films, qui étaient à l'affiche la semaine du 11 mars, seront de nouveau programmés lors de la réouverture. Si nouveautés il doit y avoir, ce pourrait être les œuvres qui devaient initialement sortir le 18 mars dont l'ensemble des frais d'édition était engagé. Un délai de trois semaines à un mois sera nécessaire pour la mise en place de nouvelles sorties sur les écrans.

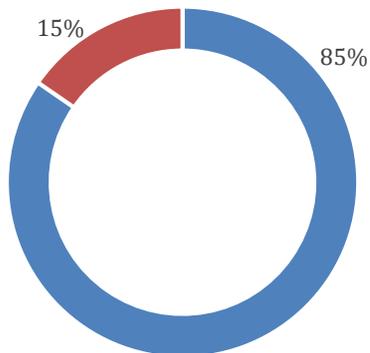
**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Il faudra redonner envie aux spectateurs d'aller en salles, avec des continuations des œuvres cinématographiques sorties avant le confinement mais aussi de la nouveauté et de l'actualité. Une véritable collaboration entre exploitants et distributeurs sera nécessaire. Certains distributeurs soulèvent l'idée d'un renfort de subventions pour ceux qui prendront le risque de sortir des films juste après la réouverture des établissements.

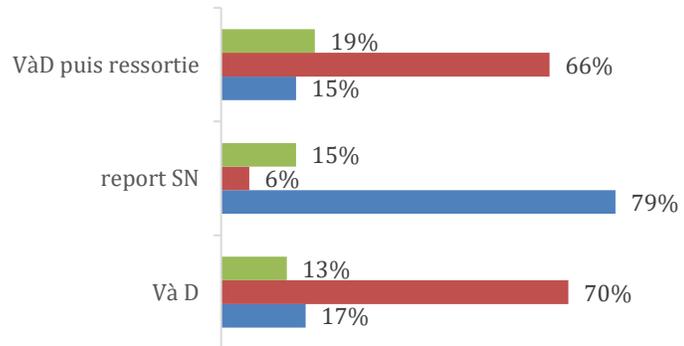
**Q8 : Deviez-vous sortir au moins un film pendant la période de suspension ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

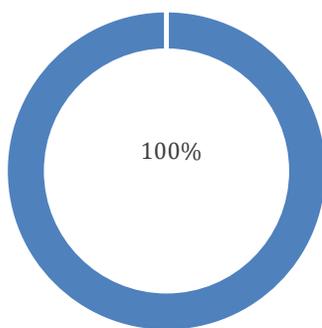
L'ensemble des distributeurs



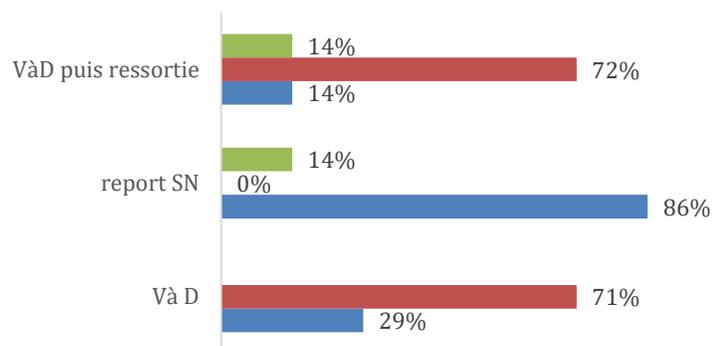
Comment l'ensemble des distributeurs envisage la sortie de leur film durant la période de suspension?



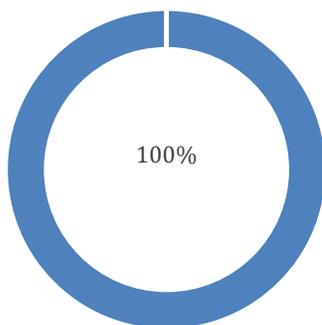
> à 2 millions d'entrées



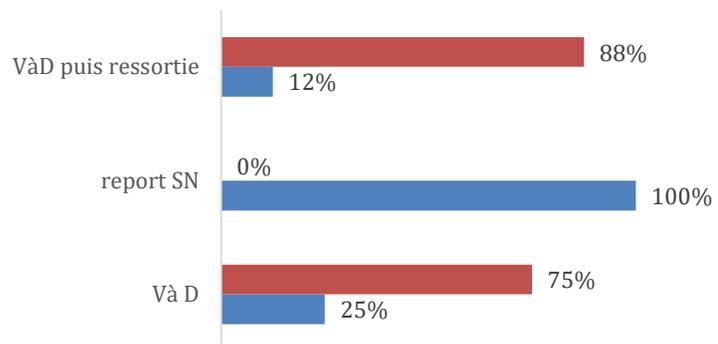
Comment les distributeurs > à 2 M envisagent la sortie de leur film durant la période de suspension?

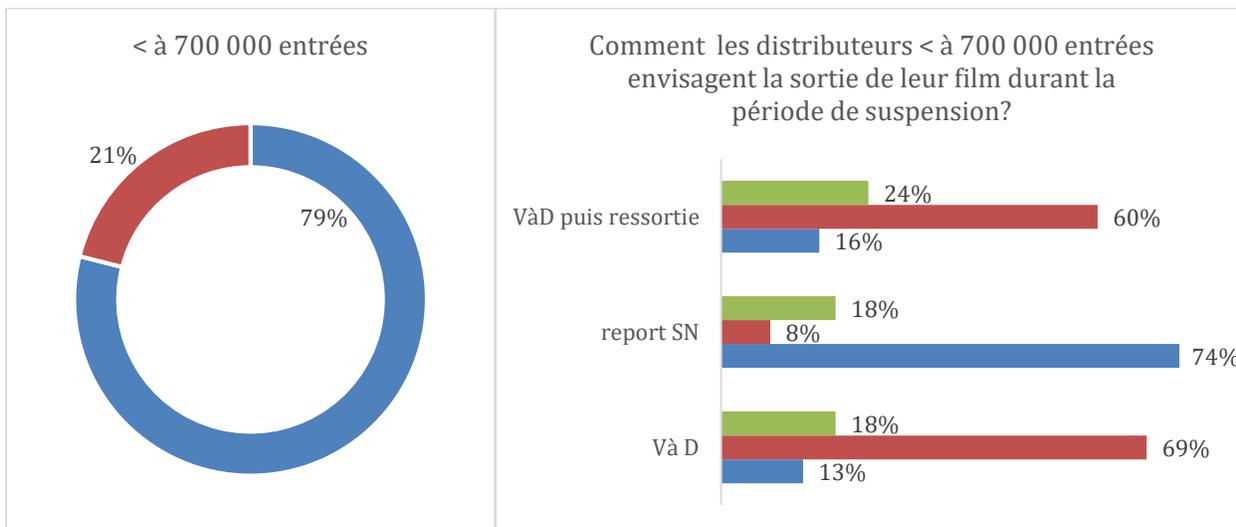


Entre 700 000 entrées et 2 millions d'entrées



Comment les distributeurs entre 700 000 et 2 millions envisagent la sortie de leur film durant la période de suspension?





**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Pas de consensus !

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

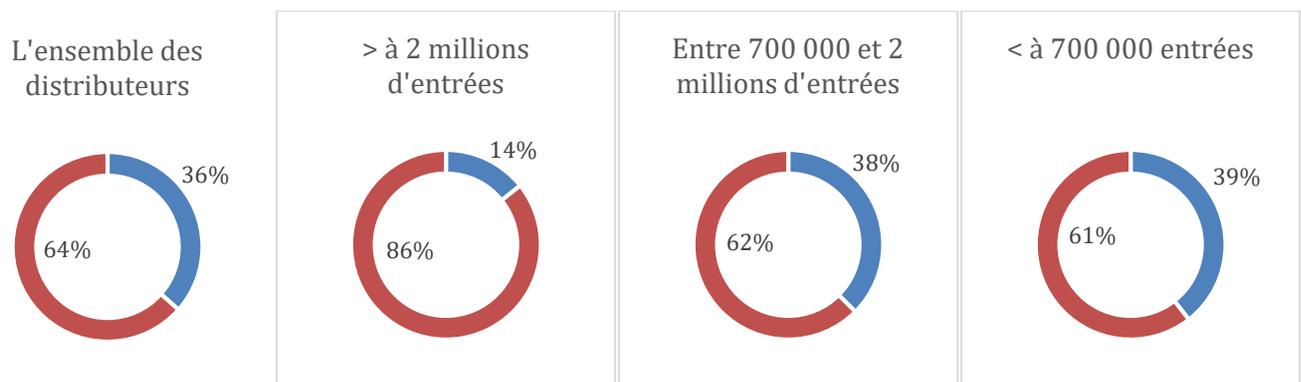
L'option du report de sortie des films prévus pendant la période de fermeture a été largement favorisée à la sortie en V&D, même si pour certains la question s'est posée. La crainte pour la suite, c'est l'embouteillage, chaque distributeur ayant beaucoup de films à dater et, de fait, un turn-over est à craindre pour les films indépendants.

**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

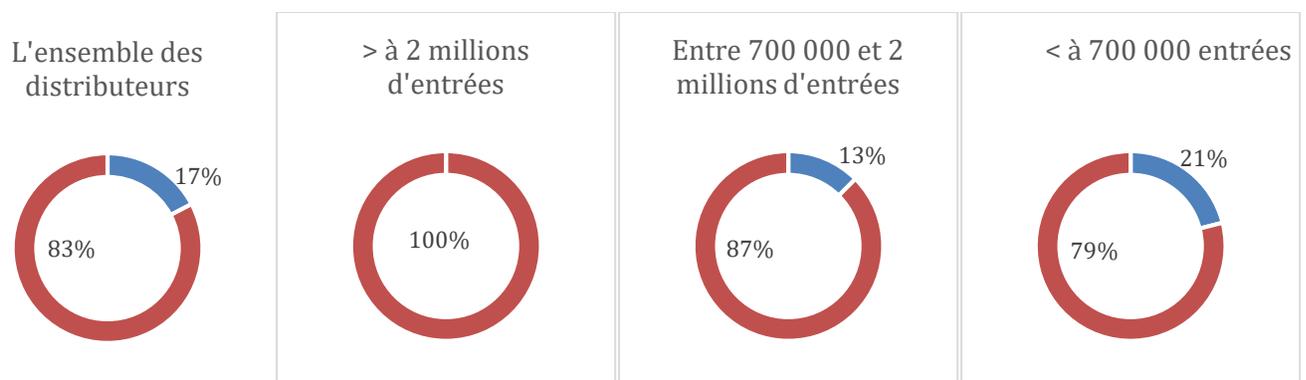
Ces distributeurs estiment qu'il est difficile de se prononcer à l'heure actuelle. Il leur semble toutefois évident que la sortie en salle est prioritaire, mais en fonction de la durée du confinement, la V&D n'est pas une piste à exclure, lorsque cela est possible.

## Q9 : Envisagez-vous de réduire les dépenses marketing de vos prochaines sorties ?

■ oui ■ non ■ NSPP



## Q10 : Envisagez-vous de réduire les plans de sortie de vos prochains films ?



### Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :

Si la question de la réduction des plans de sortie n'est nullement envisagée (c'est même plutôt la perspective inverse qui est prévue), la réduction des coûts relatifs au marketing peut se poser, à la marge.

### Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :

Sans connaître la période de réouverture des salles et la fréquentation des premières semaines d'exploitation, il est difficile d'envisager l'évolution des dépenses marketing pour les sorties de l'après confinement. Quant à leur ampleur, elle devrait peu évoluer, la plupart des salles ayant amorti leur équipement numérique. Chacun tâchera de sortir au mieux son film.

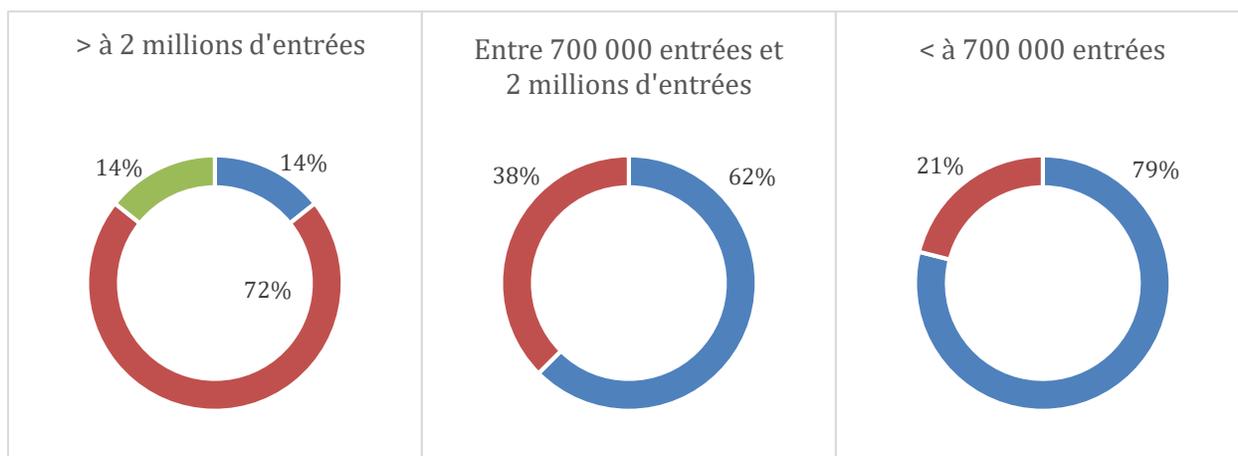
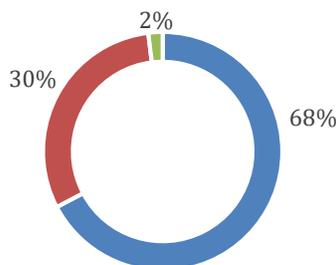
### Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées

Les films sortis par les distributeurs concernés ont déjà des frais de marketing et des plans de sortie limités. L'idée est de se maintenir afin d'offrir à l'œuvre cinématographique sa meilleure exposition. Les diminutions des frais et d'amplitude de sortie seraient alors plutôt subies que choisies.

**Q11 : Seriez-vous prêt, dans un esprit solidaire avec les autres distributeurs, à être moins exigeant en termes d'exposition, de manière à laisser plus de place à d'autres films ?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Considérant que beaucoup de « gros » films ne sortiront qu'en fin d'année, certains distributeurs indépendants importants estiment qu'il ne sera pas nécessaire d'être moins exigeant en termes de séances demandées, notamment dans l'objectif de rentabiliser leurs investissements sur leurs films. Une *Major* précise que les exigences évoluent en fonction de la typologie des films, de leur potentiel et des périodes de sortie. Enfin, l'exposition d'un film ne se limite pas à l'exigence d'un distributeur mais résulte bien du fruit d'une négociation distributeur/exploitant.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Quelle que soit la solidarité entre distributeurs, c'est l'exploitant qui, au final, détermine ses choix de programmation (et, dans une moindre mesure, l'exposition des films). Le distributeur d'un film avec un fort potentiel d'entrées n'aura d'autre possibilité que d'imposer une belle exposition, ne serait-ce que pour pallier au manque à gagner pendant la fermeture des salles ou sur d'autres titres plus fragiles de leur catalogue, afin de tendre vers un équilibre financier. Il en va de même pour l'exploitant. Si des nouvelles règles doivent être établies vis à vis des expositions des œuvres, il va de soi que tous les distributeurs devront s'y plier, même les distributeurs intégrés.

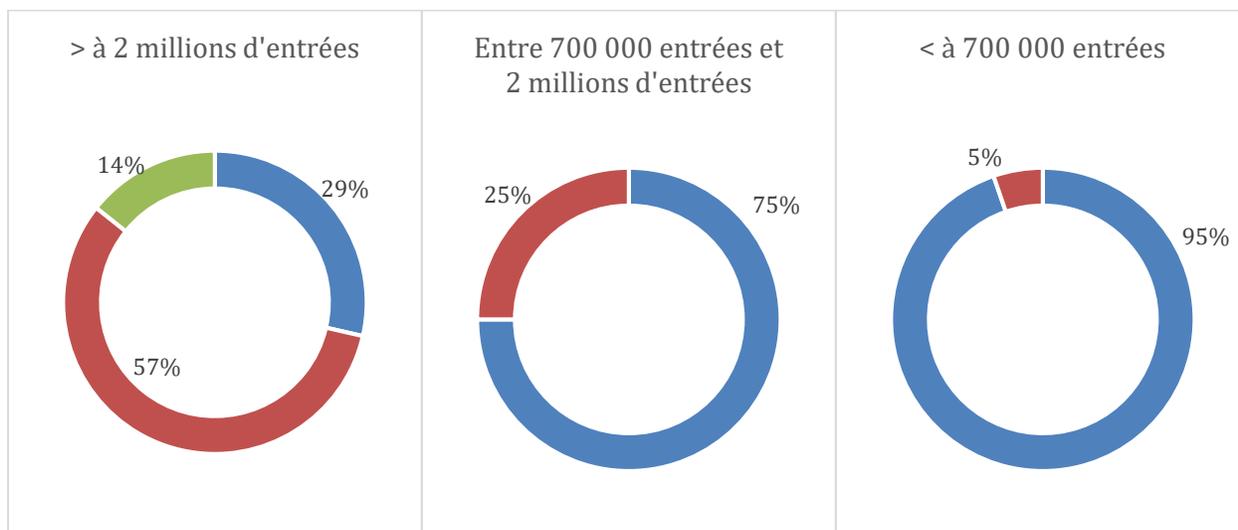
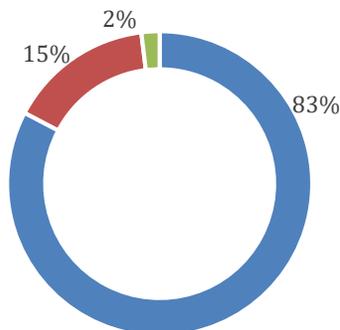
**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

En termes d'exposition, ce ne sont pas les distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées qui imposent un certain nombre de séances. Réduire l'exposition de leurs films pourrait même être néfaste. Par contre, beaucoup considèrent que cette attitude solidaire devrait être pratiquée par les distributeurs de films Art et essai porteur et les plus gros distributeurs en général.

**Q12 : Souhaiteriez vous que l'ADRC, à la reprise d'activité et jusqu'à la fin de l'année 2020, puisse intervenir, avec l'accord du distributeur et sur demande de l'exploitant, dès la première semaine d'exploitation d'un film?**

■ oui ■ non ■ NSPP

L'ensemble des distributeurs



**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Si l'ADRC intervient dès la première semaine, il faudra préciser dans quelles conditions et avec quel objectif. Le principal argument favorable serait la prise en charge de la contribution numérique relative au placement du film sur les deux premières semaines mais dans une grande majorité, les gros distributeurs souhaitent garder la maîtrise de leur plan de sortie.

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Une intervention de l'ADRC en sortie nationale peut être bienvenue si, et seulement si, l'exploitant et le distributeur s'entendent sur le nombre de séances.

**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Une intervention de l'ADRC, dès la première semaine, est souhaitable, tout en veillant à ce que les demandes ne se concentrent pas sur les films les plus porteurs et que cette action soit orientée en faveur de la diversité.

**Q13 : Quelles seraient les mesures d'accompagnement (y compris sur les films de Patrimoine) que l'ADRC pourrait mettre en oeuvre pour vous accompagner à la reprise ?**

**Distributeurs réalisant entre 700 000 entrées et 2 Millions d'entrées :**

Lorsque sera définie la date de réouverture des salles, l'ADRC devra solliciter l'ensemble des salles datées sur ses circulations pendant la période de confinement et leur rappeler leurs engagements sur les films initialement datés auprès d'elle (notamment pour les films sortis avant le 14 mars et pour les sorties initialement prévues au 18 mars et les semaines suivantes).

**Distributeurs réalisant moins de 700 000 entrées**

Quelques propositions :

- Veiller à ce que les salles ayant programmé un film le diffusent, y compris pour les films de Play It Again !
- Communiquer sur les sorties et diffuser des films annonces
- Prendre en charge des coûts d'envois publicitaires depuis les stocks aux salles adhérentes, ceci pour favoriser la promotion des films dans les salles
- Aider sur le nombre de DCP ou sur le coût des téléchargements (Globecast et Cinego notamment) pour assurer les premières semaines de reprise sur des sorties larges dans les salles adhérentes
- Renforcer la communication sur les films à proposer en salles notamment pour les programmes à l'année, en lien avec les associations régionales
- Prendre en charge le coût d'animations
- Organiser des visionnements virtuels auprès des exploitants pendant la période de confinement

**Q14 : Autres propositions :**

**Distributeurs réalisant plus de 2 Millions d'entrées :**

Un distributeur attire l'attention sur le risque de vouloir trop réglementer et « organiser » le marché dans un but louable et, de ce fait, de ne pas déstabiliser un marché qui se relancerait.