

PLF 2023 - L'avis de la commission sur les crédits du CINÉMA

Le cinéma connaîtrait aujourd'hui une situation de crise avancée, dont la presse s'est largement fait l'écho ces dernières semaines.

La situation apparaît cependant à bien des égards **plus contrastée**. S'il ne connaît pas à proprement parler « l'âge d'or » de l'audiovisuel, le cinéma a survécu à la crise pandémique, avec l'aide des pouvoirs publics et doit maintenant s'adapter à un nouveau contexte. L'histoire montre que « l'expérience de la salle » survit aux innovations technologiques, comme hier à la télévision et aujourd'hui aux plateformes.

Dès lors, le cadre unique au monde que propose la France pour la création et l'exposition des œuvres cinématographiques demeure pleinement pertinent, d'autant plus que le cadre législatif et réglementaire a su évoluer ces dernières années, en particulier au niveau européen.

L'année 2023, avec des sorties en salle jugées très prometteuses, pourrait donc permettre de consolider le cinéma français.

1. LA SITUATION FINANCIÈRE FRAGILE DU CNC

A. UNE ANNÉE ENFIN NORMALE POUR LE CNC ?



d'aides exceptionnelles
durant la crise pandémique

Le cinéma a bénéficié de forts soutiens durant la crise pandémique, pour un montant total de 430 millions d'euros. Les crédits auront tous été dépensés à fin 2022.

L'ensemble de la chaîne du cinéma a été concernée, des salles aux tournages.

Les mesures ont été tout d'abord centrées sur la sauvegarde même, avant de pivoter vers une logique de reprise accélérée.

Après avoir assuré la gestion de la crise avec des moyens décuplés, le CNC doit en 2023 reprendre une activité que l'on pouvait espérer « normale », avant le choc inflationniste et ses conséquences en chaîne qui bouleversent toute l'économie.

	Exécution 2021	Reprévisions 2022	Prévisions 2023
Ressources nettes	918,9	741,7	701,2
<i>dont taxes affectées</i>	<i>625,9</i>	<i>697,6</i>	<i>710,8</i>
<i>dont dotations exceptionnelles</i>	<i>277</i>	<i>3,8</i>	<i>0</i>
Dépenses liées à la crise	182,2	83,2	5,5
Dépenses de soutien	632,9	728,3	702,8
Dépenses totales	815,1	811,5	706,7
<i>Équilibre</i>	<i>+ 103,8</i>	<i>-69,9</i>	<i>-5,5</i>

- En ce qui concerne **les taxes affectées**, qui représentent l'essentiel des ressources du Centre, elles augmenteraient de **1,9 % entre 2022 et 2023**. Une progression de la fréquentation des salles de l'ordre de 9,4 % est anticipée, de même qu'une hausse de la taxe sur les vidéos (TSV). A l'opposé, le Centre anticipe dans les années à venir une **contraction des recettes issues des chaînes linéaires** ;

Le rapporteur pour avis s'inquiétait l'année dernière du projet de transfert à la DGFIP de la gestion et du recouvrement des taxes affectées au CNC, qui devait initialement être effectif au 1^{er} janvier 2023. Il y voyait un risque pour le niveau des recettes, pratiquement de 100 % aujourd'hui. **Finalement, la loi de finances pour 2022 est revenue sur ce transfert**. Les taxes affectées resteront donc de la responsabilité du Centre, à l'exception de la taxe sur la diffusion de vidéo physique et en ligne (TSV).

- **Les dépenses de soutien** connaîtraient pour leur part une baisse par rapport à 2022, conséquence de la baisse d'une fréquentation des salles moindre qu'escomptée qui a donc généré moins de soutien « automatique ».

Le CNC espère parvenir à restaurer en 2023 un équilibre budgétaire mis à mal par la pandémie.

B. LE CNC DANS LA DURÉE : UN SOUTIEN CONSTANT

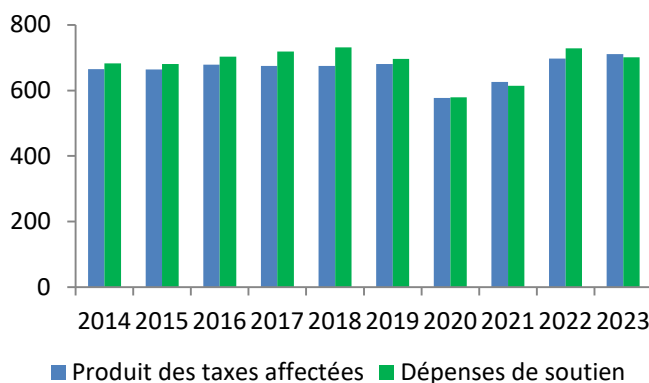
Depuis sa création en 1946, le CNC incarne la politique de l'État en faveur du cinéma. Il aura ainsi permis successivement à la fin de la seconde guerre mondiale de protéger et développer un cinéma français puissant face aux productions hollywoodiennes, dans les années 80 d'accompagner la montée en puissance de la télévision, aujourd'hui, d'adapter notre exception culturelle à l'arrivée des plateformes de streaming. Son succès est tel que les autres secteurs le prennent en exemple, comme la musique avec le Centre national de la musique (CNM).

Sur longue période, l'action du CNC s'inscrit dans une forme de **permanence**.

Ainsi :

- ✓ **Le produit des taxes affectées demeure relativement constant sur la période, de même que les dépenses de soutien – hors plan lié à la crise pandémique.**

Produit des taxes et dépenses de soutien depuis 2014

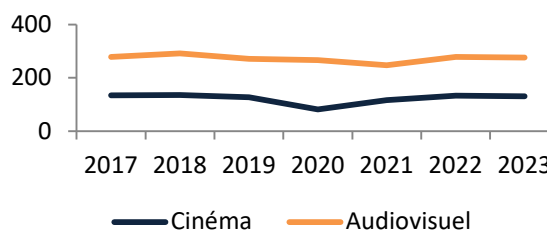


Le produit des taxes affectées demeure relativement constant sur la période, de même que les dépenses de soutien – hors plan lié à la crise pandémique. **Cela est à mettre au crédit des pouvoirs publics**, qui ont su maintenir les ressources du Centre en faisant évoluer la législation, ce qui a permis d'offrir à la profession un cadre relativement stabilisé.

✓ **Les montants consacrés au cinéma et à l’audiovisuel évoluent peu**

Cette stabilité est confirmée par les soutiens respectivement attribués à l’audiovisuel et au cinéma, qui demeurent relativement constants. En particulier, **on n’observe pas de déformation en faveur de l’audiovisuel** comme cela avait pu être évoqué.

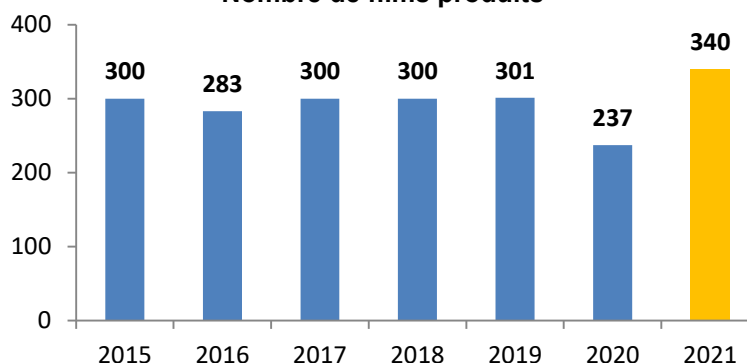
Dépenses de soutien dans le cinéma et l’audiovisuel



Le niveau maintenu des aides au cinéma doit tout particulièrement être souligné, l’audiovisuel prenant une part de plus en plus importante **qui ne se traduit pas par un surcroît d’aide en sa faveur.**

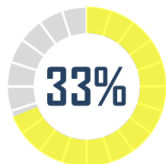
- ✓ Les systèmes de soutien mis en place par le CNC ont permis à la production nationale de résister aux conséquences de la crise pandémique et de **rattraper presque intégralement** une année 2020 qui n’aura malgré tout pas connu d’arrêt.

Nombre de films produits



La hausse de 100 films entre 2020 et 2021 s’explique notamment par la combinaison de deux facteurs :

- ✓ la pérennisation tout au long de l’année du Fonds d’indemnisation pour la reprise des tournages qui permet de couvrir les dépenses supplémentaires occasionnées par une interruption temporaire ou définitive d’une production due à la covid ;
- ✓ la poursuite jusqu’en octobre 2021 de la majoration du soutien automatique à la production investi par le producteur à l’occasion de la mise en production d’un nouveau film.



de dépenses de tournage en France en 2021

En hausse de 33 % par rapport à 2019

Ce phénomène de rattrapage s’observe avec **les dépenses de tournage en France en 2021**, calculées sur la base des œuvres bénéficiaires d’un soutien fiscal. Elles ont ainsi progressé de plus d’un tiers, soit 720 millions d’euros, par rapport à la dernière année de référence 2019.

Il n’est cependant pas certain que les tournages de films français se maintiennent à ce niveau en 2023. Ainsi, les prévisions de dépenses du crédit d’impôt dédié prévoient une baisse de **160 millions d’euros à 101 millions** en 2023.

Il existe donc un risque à ne pas négliger à l’horizon 2024 d’un « assèchement » des productions françaises, d’autant plus que le contexte économique est peu favorable à la prise de risque.

2. UNE CHRONOLOGIE CHRONOPHAGE

Aucun autre dossier ne génère autant de passions et de débats que celui, pourtant technique, de la **chronologie des médias**. Sa négociation souligne l'**interdépendance** des différentes parties prenantes entre elles, chacune cherchant à obtenir ou conserver une position perçue comme avantageuse par rapport à celle des autres.

La chronologie poursuit **deux objectifs** :

- d'une part, **protéger la salle de cinéma**, en lui réservant pendant une certaine durée l'exclusivité de l'œuvre. La France a ainsi pu préserver par ce biais le parc de salles le plus important d'Europe. A titre d'exemple, les Etats-Unis ne protègent les films que 45 jours, et encore, certains studios ont récemment expérimenté une sortie en simultané salle-plateforme ;
- d'autre part, **assurer le préfinancement des œuvres cinématographiques** en France. Ainsi, la position de chaque diffuseur est garantie, et est d'autant plus favorable qu'il aura contribué au financement du film, notamment par le biais d'un accord avec les producteurs.

La chronologie a été progressivement introduite en droit français à partir des années 70, comme réponse à l'arrivée de la télévision dans les foyers¹. La loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle constitue sa première traduction législative. Depuis 2009, elle est négociée directement entre les parties prenantes et étendue par arrêté du ministre de la culture.

Le rythme s'est cependant beaucoup accéléré ces dernières années. Une première chronologie négociée a duré neuf ans, entre 2009 et 2018, une deuxième quatre ans jusqu'en 2022.

La chronologie actuellement en vigueur a été signée le **24 janvier 2022**, étendue le 4 février et est prévue pour durer trois ans.

Les pouvoirs publics ont fait le choix de mêler deux dossiers en apparence distincts : la chronologie des médias et la directive européenne « SMA » du 14 novembre 2018.

La transposition de cette directive par l'ordonnance du 21 décembre 2020 et le décret du 22 juin 2021 permet **d'imposer aux plateformes** américaines telles que Netflix ou Disney + des obligations de financement d'œuvres françaises et européennes, notamment déclinées en matière d'œuvres cinématographiques. Les négociations ont été menées de front sur le niveau et la nature des investissements comme sur l'inclusion de ces nouveaux acteurs dans le calendrier.

Cette nouvelle chronologie est cependant susceptible de battre un nouveau record de brièveté car elle n'a pas été signée par tous les acteurs, et d'autres pourtant engagés dans les négociations, l'ont immédiatement contestée. Le 4 octobre 2022, le CNC a ainsi réuni les parties prenantes pour un premier bilan, soit **neuf mois** après la signature.

Le principe de la chronologie est celui de l'ouverture successive de « fenêtres » d'exclusivité : d'abord la salle, puis la vente en vidéo « physique » ou à la demande à l'acte, puis les chaînes de cinéma payantes comme Canal Plus, puis les plateformes, enfin, les télévisions gratuites.

¹ La commission de la culture a établi un panorama complet dans un rapport de Catherine Morin-Desailly paru en 2017 « Entre stratégies industrielles, soutien à la création et attentes des publics : les enjeux d'une nouvelle chronologie des médias » https://www.senat.fr/espace_presse/actualites/201707/chronologie_des_medias.html

Schéma de la chronologie signée le 24 janvier 2022

Fenêtre d'exploitation		Accord de 2022
Sortie salle		J
Vidéo physique (fixée par la loi)		J + 4 mois (dérogation possible à 3 mois si le film réalise moins de 100 000 entrées à la fin de la 4 ^{ème} semaine d'exploitation) Exploitation continue : la fenêtre ne se referme pas
Vidéo à la demande à l'acte		
TV payante 1^{re} fenêtre	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	J + délai fixé par accord professionnel, compris entre 6 et 9 mois (Canal +, Ciné+, OCS ont conclu un accord à 6 mois) Fermeture de la fenêtre à 15 ou 17 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par un diffuseur ultérieur
	Absence d'accord	J + 9 mois Fermeture de la fenêtre à 15 ou 17 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par un diffuseur ultérieur
TV payante 2^e fenêtre	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	J + 15 mois Fermeture de la fenêtre à 22 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne en clair ou une TV payante autre que de cinéma
	Absence d'accord	J + 17 mois Fermeture de la fenêtre à 22 mois lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne en clair ou une TV payante autre que de cinéma
Plateformes payantes par abonnement	Accord avec les organisations professionnelles du cinéma	J + 15 mois (Netflix) OU en cas d'accord dit « premium » (hypothèse non encore utilisée) délai fixé par accord, compris entre 6 et 15 mois -si l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture de la fenêtre à 22 mois, sauf accord de coexploitation -si l'œuvre n'est pas préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture à 22 mois, sauf : film au budget inférieur à 5M€, accord de coexploitation avec une chaîne gratuite, film <i>in house</i> de moins de 25M€.
	Absence d'accord	J + 17 mois (Disney +, Amazon Prime Video) -si l'œuvre est préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture de la fenêtre à 22 mois, sauf accord de coexploitation -si l'œuvre n'est pas préfinancée ou acquise par une chaîne gratuite : fermeture à 22 mois, sauf : film au budget inférieur à 5 M€, accord de coexploitation avec une chaîne gratuite, film <i>in house</i> de moins de 25 M€.
TV gratuites	Si la chaîne consacre 3,2 % de son CA à la production cinéma	J + 22 mois (TF1, M6, FTV, Arte)
	Si la chaîne consacre moins de 3,2 % de son CA à la production cinéma	J + 30 mois
Vidéo à la demande gratuite		J + 36 mois (YouTube, Molotov)

L'insertion dans la chronologie des plateformes de streaming n'a pas fondamentalement modifié la philosophie d'ensemble d'un système qui garantit à chacun une place définie à l'avance dans le calendrier d'exploitation des œuvres. Elle a par contre provoqué un profond bouleversement en contraignant anciens et nouveaux acteurs à définir leur préférence de manière :

- **absolue** (« quand s'ouvre ma fenêtre ? ») ;
- mais également **relative** (« comment se compare ma nouvelle position par rapport à ceux situés avant et après moi ? Cette nouvelle position est-elle suffisamment favorable comparativement pour préserver mon attractivité ? »).

Chacun défend donc ses intérêts. Dans l'ordre de la chronologie :

- ✓ **les producteurs** sont attachés à ce que la chronologie des médias permette aux diffuseurs de bénéficier d'un délai plus favorable **s'ils contractent avec les organisations professionnelles**. Les producteurs ont obtenu en 2018 le principe de **l'exploitation continue** de l'œuvre, qui est disponible dès sa sortie au moins sur un média ;

- ✓ **les exploitants de salles de cinéma** défendent le maintien de leur fenêtre actuelle, dans sa durée et son exclusivité. Ils sont réticents aux expérimentations qui permettraient une exploitation simultanée d'un film à la fois en salles et sur un autre support ;
- ✓ la filière de la vidéo et de la vente à l'acte revendique **le maintien de sa fenêtre privilégiée** à 4 mois à compter de la sortie en salles, nécessaire à la viabilité de son modèle économique ;
- ✓ les chaînes de cinéma payantes entendent **conserver leur position favorable** dans la chronologie, justifiée selon elles par l'ampleur de leurs investissements dans le cinéma ;
- ✓ **les services de streaming** ont vu leur position **absolue** comme **relative** s'améliorer, conséquence de leurs nouveaux engagements de financement. Dans le cas où ils n'ont pas conclu d'accord avec les professionnels du cinéma, ils bénéficient en effet d'une fenêtre à **17 mois**, contre **36 mois** auparavant. Le système de la chronologie, propre à notre pays, constitue cependant pour ces services une forte contrainte, qui leur interdit d'accéder aux revenus de la salle tout en mettant rapidement à disposition de leurs clients des contenus exclusifs ;
- ✓ **les chaînes de télévision gratuites** cherchent à renforcer « l'étanchéité » de leur **fenêtre** et demandent à ce que la chronologie des médias prévoit expressément qu'en cas d'accord de coexploitation conclu entre une de ces chaînes et un SMAD, celui-ci ne pourra diffuser l'œuvre entre l'ouverture de la fenêtre de la chaîne en clair et l'expiration d'un certain délai suivant la première diffusion de l'œuvre sur la chaîne.

La principale menace sur la nouvelle chronologie provient des services de **streaming**. Ils souhaiteraient que leur position se rapproche de celle des chaînes de cinéma payantes quant au délai d'exploitation, sans cependant contribuer à la même hauteur au financement.

Un point en apparence plus technique cristallise les débats, celui de la **fermeture de la fenêtre des chaînes payantes comme Canal Plus ou OCS**.

On peut distinguer deux cas :

- lorsque l'œuvre est préfinancée ou acquise par les diffuseurs postérieurs, comme les plateformes de streaming ou les chaînes de télévision gratuite, la fenêtre de la chaîne payante se **referme** à l'issue de la période (c'est-à-dire que l'œuvre n'est plus disponible) ;
- dans le cas contraire, la chaîne de cinéma payante peut **continuer à la diffuser sans limitation de durée**.

La situation est différente pour les services de streaming, et moins favorable dans l'accord de 2022. Il prévoit que **même si l'œuvre n'est pas préfinancée** ou acquise par une chaîne en clair (par exemple dans le cas de films américains), elle doit être retirée du service au bout de 22 mois, sauf si un accord spécifique a été négocié avec une chaîne en clair.

C'est pour ce motif que la société Disney a fait savoir qu'elle renonçait à sortir son prochain film de Noël dans les salles françaises.

Disney et la chronologie

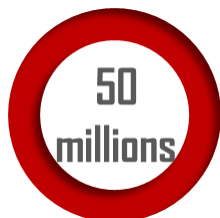
À bien des égards, la société Disney se singularise dans le dossier de la chronologie. A la différence des autres plateformes comme Netflix, Disney a une vraie tradition de cinéma, au point de représenter à elle-seule le **quart des ventes de billets en France**. Dès lors, **la « salle » demeure prioritaire pour la société**. Les règles de la chronologie lui imposent cependant de retirer de son offre de streaming Disney + les films sortis en salle au bout de **22 mois**, y compris s'ils n'ont bénéficié d'aucun financement français, jusqu'à ce que des chaînes gratuites en aient assuré la diffusion, et même si la société ne désire pas céder les droits.

La chronologie pousse donc les chaînes gratuites et Disney à rechercher un accord mutuellement profitable, qui pourrait par exemple fixer longtemps à l'avance une « fenêtre » d'exclusivité pour chaque film de quelques semaines avant et après la diffusion. A l'heure actuelle cependant, **la situation semble figée**.

La chronologie des médias constitue l'un des fers de lance de l'exception culturelle française. Son adaptation à l'arrivée des plateformes était nécessaire. Il faudra pourtant suivre avec attention les prochaines négociations pour s'assurer que les intérêts du cinéma français et européens demeurent bien au cœur de l'action publique.

3. LE CINÉMA AU DÉFI DE SON RENOUVELLEMENT

A. FILM CATASTROPHE ?



De spectateurs **en moins** en 2020 et 2021 par rapport à la seule année 2019

La baisse de la fréquentation des salles en 2020 et 2021, années marquées successivement par les confinements et les restrictions sanitaires, a été très brutale, mais largement prévisible. Sur ces deux années, les spectateurs ont ainsi été **50 millions de moins** que durant la seule année 2019 (213 millions de spectateurs).

Dès lors, 2022 était attendue avec impatience comme celle de la reprise, même si des inquiétudes se sont rapidement exprimées sur l'encombrement des salles à la réouverture ou l'absence de « blockbusters » américains pour dynamiser la fréquentation.

De ce point de vue, les premiers résultats 2022 ont été perçus comme très largement **décevants**, à peine cachés par le succès au box-office de Top Gun Maverick avec près de **sept millions d'entrées**.

De fait, la fréquentation affiche un recul de **près de 30 %** par rapport à 2019.

Si la France apparaît dans une position plus enviable que les autres pays européens, qui enregistrent des fréquentations en chute de 40 % (Allemagne) à 60 % (Italie), les Français semblent retrouver avec difficulté le chemin des salles, comme l'avait exposé le rapporteur pour avis l'année dernière.



Baisse de fréquentation estimée entre 2022 et 2019

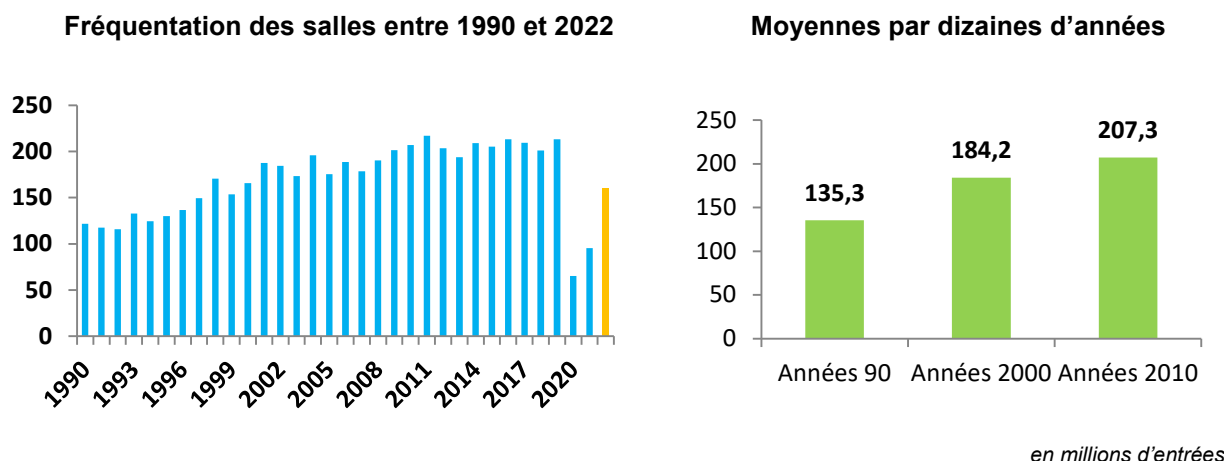
Ces résultats en demi-teinte ont déclenché un mouvement de panique.

« *Crise de la fréquentation des salles : à qui la faute ?* », « *Panique à bord du cinéma français* », « *Le cri d'alarme d'un cinéma en crise* » : si l'on en croit la lecture de ces quelques titres de presse parus dans la première quinzaine d'octobre, **le cinéma vivrait ses derniers instants** et allait incessamment être emporté, victime de la pandémie, des plateformes de streaming, de la crise énergétique, du prix des places ou d'une programmation peu attractive.

Sans nier les difficultés que traverse le secteur et la pertinence de ces explications, le rapporteur pour avis estime utile de procéder à une **analyse plus complète**, qui s'avère paradoxalement moins alarmiste.

- **D'une part, le cinéma a déjà connu des crises majeures et des fréquentations plus faibles.**

Comme le montre le graphique suivant, la fréquentation des salles **fluctue d'une année sur l'autre**. De ce point de vue, une comparaison des moyennes sur 10 ans souligne la forte progression du cinéma depuis les années 90.

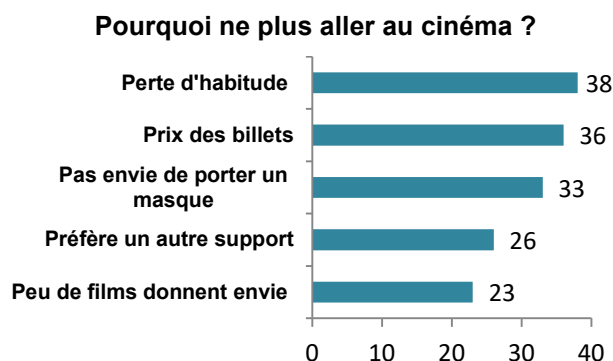


La fréquentation estimée pour l'année 2022 de **155 millions d'entrées**, se situe ainsi à un **niveau supérieur à la moyenne des années 90**, particulièrement complexes pour le cinéma, avec un point bas historique de **116 millions d'entrées** en 1992. Le CNC prévoit à ce jour 175 millions d'entrées en 2023 et une stabilisation autour de 190 millions d'entrées d'ici 2026. L'ancien président de Disney **Bob Iger** a cependant accrédité l'idée d'une contraction durable du cinéma en septembre 2022 lors d'une intervention à la Conférence Code 2022 de Vox Media : *« Je ne pense pas que les films reviennent un jour, en termes de fréquentation, au niveau qu'ils avaient avant la pandémie. [...] Cela ne signifie pas que la fréquentation des salles de cinéma va disparaître, mais elle ne reviendra pas au niveau d'avant. »*

En tout état de cause, l'année 2022 paraît **atypique** sur le nombre de films américains sortis dans les salles. Alors que la proportion est traditionnellement d'un film américain pour 2,5 films français, le rapport est 1 à 6 en 2022. Cela traduit d'une part l'arrêt des tournages aux Etats-Unis pendant la crise, d'autre part la position encore attentiste des studios, qui préfèrent pour certains décaler la sortie de films fortement pourvoyeurs de publics. Dès lors, dans une vision optimiste, on pourrait estimer que le **retour des films américains en 2023 contribuera à relancer la fréquentation**.

- **D'autre part, les fondamentaux demeurent solides**

Une étude du CNC rendue publique à l'occasion du Festival de Cannes en mai 2022 a essayé de répondre à la question *« Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma ? »* Les cinq réponses les plus souvent apportées sont les suivantes :



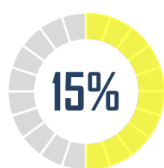
Source : enquête du CNC retraitée par la commission

Les première et troisième raisons sont directement liées à la crise pandémique. Si le port du masque n'est, pour l'heure, plus d'actualité, il est cependant indéniable que de nombreux spectateurs, en particulier parmi les actifs, ont moins qu'auparavant le réflexe d'une sortie au cinéma ; situation renforcée par la possibilité d'un accès facilité aux plateformes de streaming.

La perception du prix est souvent faussée par quelques cas « extrêmes », qui ne concernent qu'un nombre réduit de salles particulièrement bien équipées situées dans les métropoles. **L'écrasante majorité des cinémas pratique des tarifs accessibles**, y compris pour une soirée en famille. Les abonnements illimités, qui en 2021 concernent 7 % des entrées, ou les tarifs préférentiels des comités d'entreprise contribuent à abaisser le coût pour les plus grands consommateurs. Par ailleurs, la France se situe plutôt dans la moyenne basse de l'Union européenne, avec des tarifs supérieurs en Allemagne ou en Italie.



Prix moyen d'une place en France



seulement des places vendues plus de **10 euros**

La question du **prix des places** est régulièrement évoquée pour accrédi-ter l'idée d'une salle devenue inaccessible. Certains cinémas ont été pris en exemple, avec des tickets pouvant dépasser les **20 euros** par personne.

Cependant, le prix moyen d'une place est de sept euros, et seuls 15 % sont vendues plus de 10 euros.

Pour autant, le discours dominant sur le prix des places semble avoir infusé dans une opinion publique légitimement inquiète pour son pouvoir d'achat. Comme annoncé par la ministre lors de son audition devant la commission le 25 octobre suite à une question du rapporteur pour avis, les exploitants de salle et le ministère de la culture ont lancé le 26 octobre une grande campagne « *On a tous une bonne raison d'aller au cinéma* » afin de contrebalancer une atmosphère encore morose.

➤ **La concurrence des plateformes de streaming constitue une explication couramment avancée.**

Il est indéniable que la période du confinement a été très favorable à ces services. Netflix est ainsi passée de six millions d'abonnés en France début 2019 à **plus de 10 millions en 2021**. Il demeure difficile d'anticiper les comportements des consommateurs et leurs habitudes culturelles, même si on peut arguer que la télévision n'a finalement pas emporté le grand écran, comme cela était couramment avancé dans les années 80. **Expérience sociale, le cinéma se prête aussi bien à une sortie entre amis ou en famille qu'à un moment plus solitaire, loin de la présence parfois envahissante des téléphones portables.**

Le baromètre SVod Mediametrie/Harris interactive montre cependant que les 15-24 ans se détournent déjà massivement des plateformes, au profit des vidéos courtes en ligne popularisées par TikTok, ou bien de YouTube. **Cette tendance s'observe dans tous les pays européens comme aux Etats-Unis.** Cette catégorie de population est également celle qui comparativement est la plus revenue vers le cinéma après la pandémie.

Dès lors, ce pourrait être les plateformes qui, paradoxalement, seraient plus menacées dans le futur que le cinéma, qui propose un produit aux caractéristiques qui ne le rendent pas facilement substituable.

B. LES CINÉMAS À L'ÉPREUVE DE LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Comme la totalité des secteurs de l'économie, le cinéma doit s'adapter à une nouvelle donne en matière de coût. Une salle consomme une quantité importante d'électricité, pour le fonctionnement du projecteur, la climatisation ou les affiches lumineuses à l'extérieur. Elle emploie par ailleurs des personnels à des horaires atypiques. Or les revenus des salles ont plutôt connu une contraction en 2022 par rapport à 2019, et elles doivent dans le même temps rembourser les prêts garantis par l'État (PGE) consentis par le gouvernement.

Les salles ont ainsi augmenté les salaires de **7 % en moyenne** afin de fidéliser les personnels. L'énergie représentait avant la crise énergétique entre **5 % et 10 %** des charges, et serait désormais comprise entre **15 % et 20 %** suivant la renégociation du contrat.

Dès lors, une réflexion essentielle est en cours pour mener une politique de sobriété énergétique. La Fédération nationale des cinémas français a publié en septembre une *charte de tous les cinémas pour une réduction immédiate de la consommation d'énergie*¹, et a indiqué au rapporteur pour avis travailler sur des solutions de long terme. D'autres propositions ont également été émises, comme la suppression de séances à certains horaires – ce qui limite cependant l'offre et se traduit donc également en termes de revenus et d'attractivité.

La commission de la culture, de l'éducation et de la communication a émis, lors de sa réunion plénière du 9 novembre 2022, un avis favorable à l'adoption des crédits consacrés au cinéma au sein de la mission « Médias, livre et industries culturelles » du projet de loi de finances pour 2023.

		Commission de la culture, de l'éducation et de la communication
Laurent Lafon	Jérémy Bacchi	http://www.senat.fr/commission/cult/index.html
Président de la commission Sénateur du Val-de-Marne (Union Centriste)	Rapporteur pour avis Sénateur des Bouches-du-Rhône (CRCE)	Téléphone : 01.42.34.23.23
		Consulter le dossier législatif : http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2023_com.html

¹ https://www.fncf.org/updir/3/Charte_sobriete_energetique.pdf