

CHAPITRE 1. LE CINEMA FACE A LA NUMERISATION

LA NUMERISATION DU SON ET DE L'IMAGE

Le développement des technologies numériques n'est pas un phénomène récent. Toutefois, la numérisation de ce qu'on appelle des biens informationnels (texte, son, image) ne se déploie véritablement à échelle industrielle qu'à partir des années 1980.

Elle affecte d'abord l'industrie de la musique. En moins d'une décennie, le succès des disques compacts (CD) bouleverse la séquence de capture et de traitement du son. Ce processus modifie les paramètres technico-économiques de toute la chaîne industrielle, renforce l'enjeu du contrôle des droits et accélère la concentration des labels de diffusion.

Avec les années 1990, les technologies numériques se diffusent, peu à peu, dans l'industrie des images. Dans le secteur du photo-reportage, la numérisation des communications transforme la chaîne commerciale de la distribution des photos de presse et provoque, en quelques années, la marginalisation des agences traditionnelles et l'industrialisation de la profession, regroupée en trois grandes agences mondiales. A la fin de la décennie, la numérisation touche la télévision, en particulier l'édition des journaux télévisés : l'élimination des cassettes magnétiques justifie l'investissement dans une chaîne numérique intégrée allant de la prise de vue à la régie du journal en direct. Le processus s'étend enfin aux archives audiovisuelles, dont il bouleverse les modes d'exploitation et de valorisation commerciale. Les archives occupent une part croissante dans les programmes audiovisuels et permettent, grâce au DVD, la création de nouveaux produits d'édition. Les implications industrielles et juridiques de ces transformations sont encore largement à venir.

La diffusion de la numérisation dans le cinéma se fait de manière plus progressive. Au plan technique, cette industrie se caractérise par une très forte densité des signaux (entre 4 et 16 millions d'informations élémentaires par image, 24 images par seconde) avec une adaptation remarquable du système analogique à cette complexité. Au plan économique, il s'agit d'une industrie de prototypes peu soumise aux économies d'échelle, brassant un chiffre d'affaires modeste en comparaison des autres grands secteurs industriels de loisirs. Néanmoins, les effets de réputation, de marque et de représentation associés au cinéma vont bien au-delà du strict résultat comptable de cette activité.

Les technologies permettant la numérisation de l'ensemble de la chaîne sont désormais disponibles et se diffusent peu à peu à chacune des étapes de la

fabrication des films. Beaucoup ont donc pensé, tant dans les grands groupes de communication que dans les industries techniques, que la numérisation totale de la chaîne était inéluctable à court terme et ont, à la faveur de la vogue d'investissements des années 1996-2000, anticipé sur les effets de ce processus. La réalité est plus complexe et fait apparaître des contradictions inattendues, inhérentes au processus de numérisation. Le film argentine a la vie dure, même s'il entame son dernier tango.

L'objet de ce livre est de décrire et d'analyser les mécanismes économiques associés à la diffusion des technologies numériques dans l'industrie du cinéma. Toutefois, on va le voir, la numérisation de l'information ne peut se limiter à un phénomène purement technique. C'est aussi un phénomène économique dont l'essence est – en raison de la possibilité de codage universel – de renforcer la dimension informationnelle de tous les processus industriels et marchands. Dans le cas du cinéma, le premier effet de la numérisation est de faire apparaître le film comme un bien informationnel particulièrement dense. Cette identification permet de présenter sous des aspects nouveaux un certain nombre de phénomènes économiques bien connus dans cette industrie (exclusivité, diffusion multi-support, tarification...) et d'en analyser d'autres, inédits (différenciation, fidélisation...). Notre ambition est donc de présenter une analyse aussi concrète que possible de la numérisation dans l'industrie du cinéma, en l'appuyant sur une représentation de son produit issue des méthodes actuelles de l'économie numérique.

LE CINEMA DANS LA PERSPECTIVE DE L'ECONOMIE NUMERIQUE

CONTEXTE

Le thème de la numérisation du cinéma est apparu au grand public à la fin des années 1990, dans la conjoncture de la Nouvelle Economie. Dans cette période très fortement marquée par la recherche d'applications de contenu pour les réseaux télécoms haut-débit, la numérisation des images et leur circulation sur Internet ouvrait, parallèlement au commerce électronique, des perspectives économiques justifiant la poursuite des investissements dans le déploiement des réseaux. En octobre 1999, au mondial des Télécoms de Genève qui fut l'un des hauts-lieux de la techno-fiction, les grands équipementiers vantaient les technologies UMTS et blue-tooth en présentant des images de cinéma sur des terminaux numériques. Un mois plus tard, et un an avant Vivendi et Universal, l'annonce de la fusion d'AOL – nouvel entrant de l'Internet – avec Time-Warner, vieille major du cinéma et de la télévision, étendait au champ industriel l'alliance inévitable des réseaux et des contenus numériques. La fièvre du *digital cinema* gagnait alors Hollywood, pourtant réputé très conservateur. Certains films, comme *The Blair Witch Project* ou *Austin Powers II*, bénéficièrent d'un lancement spécialement adapté à Internet. Chaque semaine, des portails de cinéma annonçaient des chiffres de records d'audience attirant les capitaux-

2001, seuls 23 des 800 films français sortis, soit seulement 7 %, ont amorti leurs coûts de production par les revenus de la diffusion en salle [Forest, 2002, p. 98]. C'est la télévision qui rentabilise les films. Avec plus de 60 % des recettes engendrées par l'ensemble des supports¹⁰, la télévision représentait en 2000, près de quatre fois les revenus de la salle. Malgré l'accroissement du nombre de chaînes, la montée en puissance des marchés du DVD et du *home cinema* devrait faire chuter la part relative de télévision dans l'exploitation des films et causer des déséquilibres de financement de la production. Or, on l'a vu, les deux sources principales de financement sont la télévision, via une large part de pré-achats, et l'apport en fonds propres des producteurs. Dès lors, une baisse des financements télévisés non compensée par d'autres pré-achats élève la part relative de l'apport des producteurs, autrement dit l'intensité capitalistique de l'activité et contribue à la dilution des producteurs indépendants. Une autre conséquence, examinée au Chapitre 5, est le relèvement proportionnel des coûts d'édition et de publicité des films rendant la distribution, elle aussi, plus capital-intensive. Ceci, on le verra, ne peut être sans effet sur l'organisation industrielle de la profession (concentration des droits, intégration production-distribution).

Cela dit, la croissance récente du marché du cinéma s'accompagne, d'abord, d'une transformation profonde de ses modes de consommation. D'un côté, la salle se modernise pour offrir, nous allons y revenir, une amélioration de la qualité de la projection et de l'*utilité* pour le spectateur. De l'autre, la vidéo numérique incite les ménages à s'équiper en électronique pour élever la qualité des images consommées à la maison. Cette tendance privilégie actuellement le DVD au détriment de la télévision laquelle va devoir, pour se maintenir, améliorer les décodeurs et se différencier davantage du cinéma. La qualité de la projection est devenue un facteur-clé de la croissance du cinéma. Nous allons voir par la suite comment les technologies numériques contribuent à ce phénomène.

¹⁰ CNC [2002].