

BANQUE, FINANCE ET CINÉMA EUROPÉEN

BANKA, FİNANS ve AVRUPA SİNEMASI

Eric DUBET*

RÉSUMÉ

La reproduction du secteur cinématographique sous sa forme actuelle, mais aussi le rétablissement de la compétitivité internationale des produits filmiques européens, est aujourd'hui en grande partie dépendante des aides publiques. Mais pas uniquement. En effet, d'un point de vue économique surtout, les efforts fournis par les pouvoirs publics auront d'autant plus de succès qu'actuellement, de nouveaux investisseurs prennent progressivement part au fonctionnement de l'activité cinématographique. Autrefois réticents à s'engager dans un secteur comportant de très gros risques, les acteurs européens de la banque et de la finance s'intègrent graduellement au cinéma. A cet égard, il est intéressant de rendre compte des relations qui se nouent entre le monde bancaire et financier et celui du septième art, de présenter les structures mises en œuvre, mais également de déterminer les raisons qui motivent cette implication accrue dans la production cinématographique ou, plus généralement, audiovisuelle. Si les banques ont délibérément choisi, grâce à l'apparition des nouveaux médias qui génèrent des débouchés nouveaux pour les produits, d'intégrer le monde de l'image en Europe, elles ont parfois été incitées à le faire. Dans un souci de maintien de l'industrie nationale du septième art, les pouvoirs publics ont par exemple mis en œuvre des mesures destinées à la stimulation des investissements dans le cinéma : instauration de fonds de garantie, d'abris fiscaux (SOFICA en France), etc. En parallèle, des sociétés financières spécialisées ainsi que des sociétés de droits ont été créées sur l'initiative des banques et/ou des groupes cinématographiques.

Mots clés : *cinéma, banque, finance, abris fiscaux, fonds de garantie, sociétés financières spécialisées, sociétés de droits*

ÖZET

Günümüzde sinema sektörünün yeniden ele alınması, Avrupa filmlerinin uluslararası rekabetinin yeniden düzenlenmesi bugün büyük ölçüde kamu yardımlarına bağlıdır. Gerçekten, özellikle ekonomik bir bakış açısından, yeni yatırımcıların, kamu yardımlarının yanısıra giderek artan etkileri sözkonusudur. Vaktiyle sinema sektörü finansal açıdan aşırı riskler içerdiği için ekonomik sektörler bu alana girmeye kapalıydılar. Ancak Avrupa banka ve finans kuruluşları aşamalı olarak sinema ile bütünleşmişlerdir. Bu açıdan banka ve finans dünyası arasında kurulan sinema ilişkilerini açıklamak, var olan yapıları ortaya koymak, aynı zamanda sinema veya çok genel olarak görsel-işitsel (audiovisuelle) yapım içerisinde artan ilişkileri motive eden nedenleri belirtmek ilginçtir. Bankalar bilinçli olarak sinema yapımları için yeni pazarlar üreten medya araçlarının ortaya çıkması sayesinde Avrupa imaj dünyası ile bütünleşmeye karar vermiş olsalar da, bankalar ara sıra Avrupa imaj dünyası ile bütünleşmeye teşvik edilmişlerdir. Ulusal endüstrinin yedinci sanatı ayakta tutma kaygısı, kamu güçlerinin sinemaya yapılan yatırımları tahmin etmeye yönelik önlemlerini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *sinema, banka, vergi yardımları, garanti fonları, finans alanında uzmanlaşmış firmalar, hukuk firmaları.*

* *Chercheur en économie, Membre du CRIISEA (Université de Picardie Jules Verne)*

Jusqu'aux années soixante-dix en Europe, les banques se sont quelque peu désintéressées de la production cinématographique. Aux Etats-Unis par contre, faisant abstraction des risques encourus (moins importants qu'en Europe au demeurant), elles ont accordé aux studios un soutien permanent. Toute l'histoire du développement de l'industrie cinématographique américaine est marquée par une implication constante du secteur bancaire sous diverses formes: prêts et garanties aux majors et aux maisons de production indépendantes, investissements directs et indirects, conseils financiers¹, etc.

Depuis plusieurs années maintenant, et bien qu'un certain retard subsiste toujours vis-à-vis de la situation américaine, des évolutions notables ont pu être observées sur le Vieux Continent, principalement en France et en Italie où l'organisation du système bancaire et financier est des plus complètes. D'une part, et bien qu'ils ne soient pas les partenaires les plus importants du cinéma², les établissements bancaires ont augmenté leurs investissements dans la production d'images animées [1]. D'autre part, des sociétés financières spécialisées ainsi que des sociétés de droits ont été créées sur l'initiative des banques et/ou des groupes cinématographiques [2] [3]. Dans le même temps enfin, dans un souci de maintien de l'industrie nationale du septième art, les pouvoirs publics, qui, partout en Europe, ont déjà instauré des fonds publics de soutien consacrés aux œuvres de création cinématographiques³, ont mis en œuvre de nouvelles mesures destinées à la stimulation des investissements dans le cinéma [4] [5]: constitution d'un fonds de garantie en France en 1983 (IFCIC: l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles), en Italie en 1994 (d'après la nouvelle loi n° 153/1994 sur le cinéma), au niveau européen en 1991, Euro Media Garanties, apparition des Sociétés pour le financement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel (SOFICA) en France en 1985, etc.

LES BANQUES EN EUROPE

Si la production de films est une activité présentant de très gros risques (encore que quelques « recettes » permettent de les réduire au minimum), c'est aussi, surtout avec l'avènement des nouveaux moyens de transmission de l'image, une activité pouvant générer de très gros profits. Dès lors, plusieurs établissements ont fini par s'y intéresser de très près.

¹ Sur le rôle des banques dans le fonctionnement des major companies hollywoodiennes et, plus généralement, sur les questions relatives à la gestion, la finance, l'organisation du travail, la production, la distribution et l'exploitation des films pendant « l'âge d'or des studios », cf. D. Gomery (1986). Pour une approche récente, cf. J. Augros (1996).

² BENGHOZI P.-J. (1989), *Le cinéma : entre l'art et l'argent*.

³ A propos des fondements de l'intervention publique dans l'industrie cinématographique européenne, cf. E. Dubet (1999). Pour une analyse détaillée des aides publiques, mais aussi pour une analyse d'ensemble de l'économie du cinéma européen, cf. E. Dubet (1998, 2000).

La Banca Nazionale del Lavoro (BNL), qui a multiplié ses actions en faveur du septième art au cours des dernières années, a vraisemblablement été la première banque à dévoiler une section spéciale pour les prêts cinématographiques et théâtraux : Sezione di Credito Cinematografico e Teatrale SpA. Ce département, dont l'entrée en vigueur remonte au 14 novembre 1935⁴, se consacre essentiellement à la promotion et au soutien de l'industrie cinématographique italienne par l'octroi de crédits à moyen terme à des organismes publics, à des sociétés privées et à des particuliers opérant dans les domaines de la production, de la distribution, de l'exploitation et du commerce des films nationaux. De plus, des crédits peuvent être accordés aux organismes exerçant un travail de recherche lié au cinéma.

D'autres établissements à travers l'Europe participent également au financement des œuvres cinématographiques, tentent, si ce n'est de stabiliser leur position, du moins de s'intégrer progressivement au secteur audiovisuel en croissance.

En France, la banque Odier-Bungener-Courvoisier (OBC), associée à l'Union générale cinématographique, intervient par exemple dans le secteur du cinéma par l'intermédiaire de sa filiale Cofiloisirs (cf. point 2).

A l'identique, la banque Worms, familiarisée depuis longtemps avec le domaine de l'image, est devenue, courant 1993, le principal actionnaire de l'Union pour le financement du cinéma et de l'audiovisuel (UFCA), après avoir racheté les participations de la Compagnie de Suez et de la Banque nationale de Paris. Société spécialisée dans les crédits au cinéma, l'UFCA, après la période d'hésitation du début de la décennie quatre-vingt-dix (modification de l'actionnariat susmentionnée, fusion avec la SODETE), a malheureusement dû mettre un terme à ses activités de financement en 1996 pour se consacrer, depuis, au recouvrement des concours qu'elle avait consentis.

Quant à la banque Bruxelles Lambert France, actionnaire depuis plusieurs années d'une société financière spécialisée (Coficiné), elle a dernièrement renforcé sa position au cœur de l'audiovisuel en mettant en place une équipe chargée de la gestion des opérations envers le cinéma et la télévision.

En Allemagne, ce sont deux organismes bancaires qui, directement ou indirectement, sont chargés de la mise en œuvre des systèmes de soutien public régionaux, particulièrement en ce qui concerne le land de Berlin et le land de Bavière.

Par exemple, le système berlinois de subventions, directement lié au sénat (pour la première fois en 1978, un fond régional pour le cinéma fut instauré à sa demande), opère en relation avec le Filmkreditreuhand GmbH (consortium bancaire constitué de cinq établissements chargés de l'attribution des crédits). Le dispositif, se basant sur la « régionalité » des films selon une optique

⁴ Cf. décret royal n° 2504 du 14 novembre 1935, publié dans la *Gazzetta Ufficiale* n° 44 du 22 février 1936.

culturelle, se présente sous la forme d'un soutien multiple : au scénario, au développement de projet, à la production et à la distribution.

De même, le LfA (Bayerische Landesanstalt für Aufbaufinanzierung) est l'instance exécutive du programme bavarois de soutien au film. Ce dernier est alimenté par une subvention du gouvernement régional ainsi que par une contribution de la télévision publique du land.

Deux types d'aide coexistent :

– « l'aide au scénario » : il s'agit d'une subvention octroyée à un scénariste afin de faciliter le bouclage de son projet. Lors de la vente de ses droits à un producteur, nécessairement bavarois, le scénariste est contraint, pendant une période de cinq années, à son remboursement.

– « L'aide à la production » : le prêt, pouvant être accordé à tout long métrage possédant un réel potentiel économique-culturel, peut atteindre trente pour cent du coût total de production (à hauteur de trois millions de Deutsche Mark).

Plus généralement, depuis le milieu des années quatre-vingt-dix, à la suite d'actions entreprises par plusieurs producteurs et distributeurs allemands afin de convaincre les banques que le cinéma peut être une affaire lucrative à condition que les membres de la filière disposent des moyens nécessaires à la concrétisation des projets, deux établissements bancaires s'immiscent de plus en plus dans la conception des longs métrages : la Bayerische Hypotheken und Wechsel Bank AG et la Berliner Bank.

En Espagne, l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA, placé sous l'autorité du ministre de la Culture) a, depuis peu, conclu un accord avec la banque Caja de Madrid visant à instaurer une ligne de crédit spécifique destinée au financement de la production cinématographique, du doublage et de la sonorisation des films. Par ailleurs, un accord a été passé entre l'ICAA et la Banco Exterior de España (BEX) afin de concéder des crédits préférentiels aux productions filmiques (en augmentation constante depuis 1991, les crédits débloqués à cet effet en 1997 se sont chiffrés à plus de cent quarante-deux millions de pesetas).

A l'échelle de l'Europe, la Banque européenne d'investissement (BEI), dont l'objectif est de contribuer au développement de l'Union européenne, s'est engagée pour la première fois dans la production de cinéma en 1997 en octroyant un crédit de quatre cent soixante-dix millions de francs à la société PolyGram FE, garanti par ING Bank Media Finance.

Enfin, pour ne citer que ces quelques noms, le Crédit du Nord, le Crédit industriel et commercial et l'Union industrielle de crédit en France, la Barclays Bank PLC (Soho Square Branch), la British and Commonwealth Merchant Bank et la Guinness Mahon & Co. Limited en Grande-Bretagne, la Nederlandsche Middenstands Bank aux Pays-Bas entretiennent des relations suivies avec un ensemble de producteurs.

Ceci étant, il convient de signaler que les opérations bancaires envers la production cinématographique, souvent intéressantes, peuvent parfois se solder par un échec. L'exemple du Crédit Lyonnais est, à cet égard, des plus significatifs.

La filiale néerlandaise de la banque française, tout en cherchant à s'assurer un profit maximum en misant sur les productions américaines, c'est-à-dire sur les productions ne rencontrant que rarement des difficultés à l'exploitation (les films transculturels américains disposent de la faculté de pouvoir facilement s'écouler sur le marché mondial), avait en effet fini par perdre très gros en soutenant l'homme d'affaires italien Giancarlo Parretti dans le rachat de la Metro-Goldwyn-Mayer, à l'époque en faillite virtuelle.

Le studio hollywoodien, qui se prévalait alors de sept cent quarante-cinq millions de dollars de pertes, avait finalement été racheté en 1996 par l'équipe composée de Frank Mancuso (dirigeant de la major depuis 1993⁵, soutenu par la NBC, la banque Morgan, etc.), de Kirk Kerkorian et du groupe de télévision australien Seven Network pour 1,3 milliard de dollars, soit la moitié du prix qu'il avait coûté au Crédit Lyonnais. Mais l'histoire récente du « vieux lion rugissant » ne s'arrête pas là. Depuis août 1998, la MGM, qui a réduit ses pertes de sept cent quarante-cinq à cent vingt-huit millions de dollars, est en effet détenue à quatre-vingt-dix pour cent par Kirk Kerkorian, qui a racheté les parts de son associé Seven Network. Bien que la revente du studio ne soit plus d'actualité, nombreux sont les analystes financiers qui voient dans cette dernière opération le signe de sa cession imminente. Kirk Kerkorian se serait porté acquéreur de quatre-vingt-dix pour cent du capital afin de mieux négocier la future vente. Il reste maintenant à savoir si les banques européennes, après l'exemple malheureux du Crédit Lyonnais, oseront à nouveau prêter leur concours aux professionnels de l'image dans le rachat, éventuel, de la compagnie hollywoodienne. Dans la mesure où il est aujourd'hui impossible de créer sur le Vieux Continent une telle structure productive, il serait intéressant qu'elle revienne, à l'image des studios Universal très récemment (cf. infra), à des capitaux européens, que les repreneurs possibles aient la sagesse de ne pas laisser échapper, peut-être pour longtemps, une telle « usine à images », par ailleurs détentrice d'un catalogue de quatre mille films pouvant alimenter l'ensemble des nouvelles chaînes de télévision numérique (nous verrons plus bas que l'acquisition de droits audiovisuels constitue, à l'ère du numérique, l'une des activités les plus profitables).

LES SOCIÉTÉS FINANCIÈRES SPÉCIALISÉES EN FRANCE

Initiées par des banques ou des groupes cinématographiques, les sociétés financières spécialisées, très actives en France (elles participent au financement

⁵ En juin 1999, Frank Mancuso a été remplacé par Alex Yemenidjian, un collaborateur de Kirk Kerkorian, pour qui il a longtemps supervisé l'investissement dans les casinos.

de nombreuses productions cinématographiques et audiovisuelles et englobent, de fait, la majeure partie du marché des producteurs indépendants), dispensent un ensemble de prêts aux professionnels de l'image.

Par rapport aux banques qui, prises dans le sens strict du terme, ne peuvent fournir les informations indispensables aux professionnels de l'audiovisuel car se situant en marge du marché⁶, les sociétés spécialisées ont généralement inventé et développé les crédits les plus utiles aux producteurs et les plus adaptés aux réalités du marché. Par exemple, disposant d'une grande compétence en la matière, elles sont en mesure de présenter les études nécessaires et de déterminer les crédits les plus en rapport avec les projets de production. Seule contrainte : des taux légèrement supérieurs à ceux des banques traditionnelles.

La Compagnie pour le financement des loisirs (Cofiloisirs), société anonyme au capital de vingt millions de francs fondée par l'Union générale cinématographique (UGC) et la banque Stern et détenue aujourd'hui par plusieurs intervenants bancaires et cinématographiques de grande importance⁷, est certainement, grâce à ses liens avec la major française, la plus intéressante des sociétés financières spécialisées. Nouvellement créée, elle a pour objet toutes les formes de financement à court, moyen et long terme en faveur de l'industrie du cinéma et de l'industrie audiovisuelle. En 1997, elle a distribué à ses clients, en collaboration étroite avec l'IFCIC qui assure une part très importante des risques, plus de six cents millions de francs de crédits (trois cent vingt millions en 1991).

Véritable société de groupe, Cofiloisirs fait partie intégrante de la stratégie en termes de compétences⁸ menée par UGC. En effet, plus que l'unique intégration des fonctions de production, de distribution et d'exploitation, UGC cherche, depuis toujours, à maîtriser la totalité des opérations concourant à la production du service cinématographique : opérations commerciales, techniques, financières. C'est chose faite depuis la mise en œuvre de Cofiloisirs :

⁶ Bien que l'activité essentielle des banques ne soit pas le financement des produits de l'image, on a toutefois vu précédemment chez certaines d'entre elles une réelle volonté de se rapprocher de plus en plus de ce travail.

⁷ La répartition du capital, au 30 mars 1998, se présente comme suit : banque OBC (28,33 %), banque Paribas (28,33 %), Audiopar – détenue à 100 % par UGC (28,33 %), Compagnie financière Edmond de Rothschild (15 %), divers (0,01 %).

⁸ D'une manière générale, les orientations en termes de compétences (cf. Y. Morvan, 1988), qui se concentrent en premier lieu sur « l'organisation des forces productives », peuvent se définir comme une extension de la stratégie d'intégration. En gérant au mieux toute une série d'articulations (commerciales, financières, etc.) entre la totalité des acteurs présents le long de la filière, on espère obtenir des avantages de coûts (« par intégration d'opérations, réduction de stock et de coûts de transaction », etc.) et de marché (« création de zones captives d'échanges, internalisation des conditions de transfert, etc. »). Ce raisonnement en termes de « filières » se traduit dans l'industrie du cinéma par l'intégration de l'ensemble des segments de la filière afin de maîtriser toutes les opérations (y compris les aspects financiers – mise en œuvre de sociétés financières spécialisées) concourant à la production du service cinématographique

en s'impliquant dans une société financière spécialisée, UGC a pris, de la manière la plus directe et la plus judicieuse qui soit, le contrôle du financement de ses films.

Notons de surcroît que Cofiloisirs est, grâce à ses actionnaires, à l'origine de l'une des SOFICA (Sociétés pour le financement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel) les plus compétitives du marché : Sofinergie (cf. point 5). En 1998, cette dernière a investi dans une quinzaine de films pour un montant global de cinquante-cinq millions de francs.

LES SOCIÉTÉS DE DROITS : UN NOUVEL AXE DE DÉVELOPPEMENT

A l'heure actuelle, plus encore que les problèmes d'ordre technologique, ce sont les problèmes liés à la production et à la possession des images qui sont au centre des débats. Il importe pour l'Europe de réduire le décalage important existant entre les nouveaux réseaux de distribution de l'image et la quantité des programmes disponibles : il est primordial pour toutes les nations d'accentuer l'effort en matière de production et de détention de droits, de privilégier le « soft » plutôt que le « hard ». D'où l'intervention croissante des banques et des établissements financiers spécialisés dans la conception d'œuvres filmiques (cf. supra), mais aussi la création de sociétés de droits.

Précisément, avec la généralisation de la numérisation et la compression de l'image animée, qui permet d'acheminer de quatre à huit chaînes de télévision contre une seule auparavant, la rareté (et en corollaire la richesse) passe du côté des produits de fiction. Cette situation explique aisément les derniers mouvements boursiers dans le secteur audiovisuel, mouvements ayant pour enjeu les catalogues de films destinés à la télévision ou aux salles.

En d'autres termes, partout dans le monde, la multiplication des chaînes a entraîné une augmentation considérable de la demande de programmes : films cinématographiques, feuilletons, séries, magazines, dessins animés, documentaires, etc. Il s'en est naturellement suivi un accroissement de la valeur de ces produits, devenus rares, et simultanément un développement des sociétés des droits : la détention de catalogues de droits se présentant comme la principale source de revenus à long terme, quelques groupes industriels, disposant de capacités d'investissement importantes, ont décidé, en marge des sociétés financières spécialisées, de renforcer leur position au sein du secteur audiovisuel en se tournant vers les sociétés ayant pour objet l'acquisition de droits télévisuels, vidéographiques ou autres.

En pratique, une association tripartite entre la chaîne privée TF1, la maison de production Légende et le groupe bancaire et d'assurances hollandais

ING (International Nederland Bank of Holland⁹) a donné naissance, courant 1993, à Légende Distribution (actuellement, TF1 détient 37,3 % des parts). Cette société de droits, réunissant des opérateurs d'origines diverses, semble promise à un brillant avenir. Elle s'est en effet garantie une parfaite ventilation des films achetés en signant un accord de distribution exclusive en salles avec Gaumont et en vidéo avec TF1 Vidéo¹⁰. En matière de diffusion télévisuelle par contre, TF1 ne jouit pas de l'exclusivité. Les parties prenantes ayant opté pour la politique du plus offrant, les films acquis par Légende Distribution reviendront aux diffuseurs proposant les prix les plus élevés.

D'une manière encore plus nette, le groupe Kirch, fondé en 1956, avec quinze mille films de cinéma (soit l'équivalent de trente ans de production américaine) et cinquante mille heures de programmes de télévision, contrôle le marché allemand des produits audiovisuels et détient un quasi-monopole de fait des ventes de droits aux chaînes de télévision. Le chiffre d'affaires du groupe, non divulgué, est estimé à plus de vingt milliards de francs, un chiffre semblable à celui des major companies américaines.

Récemment, pour accroître sa position sur le marché des images animées, Leo Kirch, P-DG du groupe, s'est allié avec l'Américain Viacom, propriétaire de Paramount et MTV. L'alliance accorde à l'opérateur allemand, par ailleurs pionnier de la télévision numérique dans son pays avec la création d'un bouquet de vingt-cinq chaînes et producteur de cinéma à part entière¹¹, les droits de diffusion en Allemagne, pour cinq ans renouvelables¹², du catalogue de films du studio américain. De plus, il a obtenu début 1999 l'exclusivité de la diffusion des deux prochaines coupes du monde de football pour près de douze milliards de francs. N'oublions pas en effet que si le groupe Kirch est présent dans le « contenu », il l'est aussi dans le « contenant » : lancement du bouquet DF1 en

⁹ Particulièrement actif dans le secteur cinématographique, ING intervient régulièrement dans le financement des œuvres filmiques par la délivrance de prêts bancaires. Chaque année, environ vingt productions (internationales pour la plupart) sont soutenues.

¹⁰ Ce double accord devrait permettre à la structure commune Légende Distribution de devenir rapidement l'un des interlocuteurs privilégiés pour de nombreux producteurs français, européens ou américains. Ceux-ci seront assurés, non seulement d'une exploitation en salles, mais aussi d'une distribution vidéo de leurs produits.

¹¹ Depuis fin 1998, la production de films du groupe multimédia allemand, mais aussi les droits télévisés et les chaînes de télévision financées par la publicité sont regroupés au sein d'une filiale commune : KirchMedia.

¹² Initialement, l'accord devait porter sur dix ans renouvelables.

1996, acquisition totale de la chaîne à péage Premiere¹³ (films, sports et documentaires), etc.

Enfin, on peut mentionner que si le catalogue détenu par Leo Kirch n'est pas à vendre, d'autres au contraire, faisant l'objet de toutes les convoitises, changent fréquemment de mains. Exemple parmi tant d'autres, UGC – Droits audiovisuels en France avait acquis, en novembre 1993, United Communication, une société américaine gérant les droits de près de huit cents films et deux mille heures de télévision pour dix ans. Au total, UGC-DA, devenu Canal Plus Image depuis son rachat par Canal Plus en 1996, détenait les droits télévisuels de deux mille films, correspondant à un montant de 2,7 milliards de francs.

D'une manière générale, on remarque dans cette stratégie actuelle d'obtention des produits destinés aux nouvelles chaînes une très forte implication des entreprises françaises. Malgré l'échec cuisant du Crédit Lyonnais dans l'affaire MGM, celles-ci ne sont pas restées dans la position défensive que l'on aurait pu craindre, mais ont véritablement mené des actions de grande envergure. Le rachat de Seagram (propriétaire des studios Universal) par le groupe Vivendi en juin 2000¹⁴ est sans nul doute la plus prometteuse.

La nouvelle entité « Vivendi-Universal », effective depuis l'acceptation de la fusion par Bruxelles à la fin de l'année 2000¹⁵, se place au deuxième rang mondial, derrière l'Américain AOL-Time-Warner¹⁶, mais devant d'autres géants

¹³ Précédée par Canal Plus deux ans plus tôt, la CLT-UFA (codétenue par le holding luxembourgeois Audiofina et le groupe allemand Bertelsmann) a cédé lors du premier trimestre 1999 quarante-cinq pour cent des parts qu'elle détenait dans Premiere à Leo Kirch pour un montant global de huit cents millions d'euros. Depuis, grâce aux liens financiers qui unissent les deux entités allemandes DF1 et Premiere, un pôle télévisuel d'importance internationale a pu se constituer. A partir d'octobre 1999, les deux chaînes DF1 et Premiere ont été regroupées pour émettre sous le nom de Premiere World. Pour assurer le succès de ce nouveau bouquet de télévision à péage, plus de cinquante millions d'euros ont été investis, uniquement pour la promotion.

¹⁴ Seagram a été racheté trente-quatre milliards de dollars, soit plus de deux cent trente milliards de francs.

¹⁵ Quelques réaménagements devront toutefois être opérés : Vivendi devra revendre la part de vingt pour cent qu'il détient dans British Sky Broadcasting (BSkyB) dans les deux ans à venir ; le catalogue Universal de films devra être accessible à d'autres chaînes que Canal Plus ; le catalogue musical Universal devra être accessible à d'autres portails que Vizzavi, qui est le portail de Vivendi.

¹⁶ Racheté par America Online (AOL) en janvier 2000, le groupe de communication Time-Warner, né de la fusion entre Warner Communications et Time Inc. en 1989, avait déjà fusionné le 22 septembre 1995 avec Turner Broadcasting System (TBS) : trente-cinq milliards de francs avaient été nécessaires pour l'acquisition de TBS. Premier groupe de communication avec 26,8 milliards de dollars de chiffre d'affaires, Time-Warner-TBS recense les activités suivantes, auxquelles il faudra désormais ajouter celles d'AOL :

– Time-Warner : télévision (Warner Bros Television, HBO, Cinemax, Court TV, Home Shopping, etc.), cinéma (le studio Warner Bros, Warner Home Video, Warner Bros Animation), édition (Time, People, Fortune, Sport Illustrated, Warner Book, etc.), musique (Atlantic record, Elektra, W.B. Recording, Chappell, etc.).

de la communication comme CBS-Viacom, News Corporation Ltd. (le groupe de Rupert Murdoch – magnat de la presse australienne), ou l'Allemand Bertelsmann. Elle affiche un chiffre d'affaires d'environ soixante-cinq milliards d'euros (quatre cent trente milliards de francs) pour une capitalisation boursière de cent milliards d'euros.

Vivendi, à travers les studios Universal, devient aussi détenteur d'un catalogue de plus de trois mille longs métrages, quinze mille heures pour la télévision, et entre véritablement, comme ses principaux concurrents, dans une nouvelle phase de croissance où se côtoient cependant anciens et nouveaux secteurs, c'est-à-dire le cinéma, la musique, la télévision, la téléphonie et l'Internet.

LE FONDS DE GARANTIE : UN COMPLÉMENT INDISPENSABLE

C'est en France en 1983 que, pour la première fois, a été créé par le ministère de la Culture et le Centre national de la cinématographie un organisme destiné à aider les entreprises à obtenir des crédits bancaires : l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC). Société anonyme jouissant du statut d'établissement de crédit agréé, l'IFCIC compte pour actionnaires principaux Sofaris, Natexis Banque et l'Etat (CNC, différents ministères, etc.), auxquels il faut adjoindre dix-neuf banques et établissements de crédit.

Son capital social au 16 octobre 1997, qui témoigne de la présence de la plupart des grands réseaux bancaires, se répartit de la façon suivante :

Tableau 1: Repartitions des grands reseaux bancaires

– Sofaris	%20,96
– Natexis banque	%20,42
– Etat	%18,93
– Autres	%39,69
dont :	
Part'Com	%4,70
CEPME	%4,70
Banque Worms	%3,87
Banque OBC	%3,87
Compagnie financière Edmond de Rothschild	%3,87
SGCF (Paribas)	%3,68
Barclays Bank PLC	%3,50
Tertiane Investissements (GAN)	%2,46
Banque de la Cité	%1,42

– TBS : télévision (TBS, TNT, Cartoon, Turner Classic Movies, CNN, Headline News, etc.), cinéma (New Line Cinema, Castle Rock), droits audiovisuels (catalogues Hana-Barbera, MGM), etc.

CIC	%1,42
Banque de Baecque Beau	%1,08
Delfinances (Crédit Agricole)	%1,08
Chambre syndicale des banques populaires	%1,08
BFCC	%0,54
Caisse centrale du Crédit Mutuel	%0,54
Crédit du Nord	%0,47
BNP	%0,47
Crédit Lyonnais	%0,47
Société générale	%0,47

Chargé de la gestion des fonds de garantie en provenance du Compte de soutien à l'industrie cinématographique et à l'industrie des programmes audiovisuels¹⁷, il a pour vocation, non pas de consentir lui-même des prêts, mais d'apporter aux banques, aux établissements de crédit ou aux autres organismes financiers (cf. supra) sa garantie pour leur permettre de prendre des risques raisonnés, d'ouvrir leurs portes aux entreprises à la recherche de capitaux. Parmi les bénéficiaires, on compte les entrepreneurs du cinéma et de l'audiovisuel (qui représentent quatre-vingts pour cent de son activité), mais aussi les entrepreneurs de la musique, du livre, du théâtre et des métiers d'art, c'est-à-dire toutes les sociétés ayant une activité culturelle, qu'il s'agisse d'une activité de production, de fabrication ou de commercialisation des produits. Sont éligibles à la garantie de l'IFCIC toutes les entreprises, quelle que soit leur forme juridique.

Concernant plus particulièrement le cinéma et l'audiovisuel, l'IFCIC intervient au niveau de la production (producteurs pour le cinéma, les chaînes de télévision, Canal Plus, les réseaux câblés, les cassettes vidéo, les disques vidéo), de la fabrication (studios de tournage, auditoriums, studios de post-production, laboratoires, salles de montage, etc.) et de la diffusion (distributeurs de cassettes et de disques vidéo, distributeurs de films cinématographiques, salles de cinéma). Les projets qui présentent, en concomitance, un certain nombre de critères qualitatifs et commerciaux sont privilégiés : la réussite commerciale d'un projet comme son apport culturel sont autant d'éléments pris en compte simultanément par l'IFCIC.

Les crédits qu'il garantit sont de plusieurs types :

- crédits d'équipement réservés aux industries techniques du cinéma (garantis jusqu'à soixante-quinze pour cent) ;
- crédits à court terme pour la production de films de long métrage (la garantie

¹⁷ Destiné à soutenir l'industrie française du cinéma et de l'audiovisuel, ce compte spécial du Trésor n° 902-10 tire principalement ses ressources d'une contribution du budget général de l'Etat, d'une taxe additionnelle au prix des places instituée par l'article 1621 du code général des impôts (onze pour cent de la recette totale des salles), ainsi que d'une taxe et d'un prélèvement sur le chiffre d'affaires des diffuseurs télévisuels.

est de soixante-dix pour cent en général, quatre-vingt-dix pour cent pour les films à caractère culturel recommandés par le Centre national de la cinématographie) ;

- crédits à court terme pour la production audiovisuelle ;
- prêts participatifs (long terme) : il est prévu, dans ce cas, de garantir jusqu'à soixante-quinze pour cent des prêts destinés au renforcement de la structure financière des entreprises ou à leur création ;
- prêts à long terme : suivant la nature des établissements octroyant ces prêts, la garantie court de d'environ cinquante pour cent à plus de soixante-quinze pour cent ;
- crédits d'investissements d'équipement à moyen terme : l'IFCIC garantit, à hauteur de soixante-quinze pour cent, les crédits consentis en vue de l'acquisition de matériels, d'aménagement industriel, informatique ou de locaux, etc.

A l'image de leurs homologues français, les pouvoirs publics italiens ont établi, durant l'année 1994, un fonds de garantie afin d'aider les compagnies cinématographiques à produire, distribuer et exporter les films nationaux, principalement les longs métrages présentant un intérêt culturel pour la nation.

Quant à l'Union européenne, elle a créé une structure de ce type en 1991, dans le cadre du programme MEDIA¹⁸ (Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle). Précisément, la société Euro Media Garanties, aujourd'hui disparue, fondée par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC, France), la Banca Nazionale del Lavoro (BNL, Italie), la Banco Exterior de España (BEX, Espagne) et la Banco Fomento e Exterior (BFE, Portugal), détenait un fonds de garantie destiné à faciliter le financement de la production de films cinématographiques et d'œuvres pour la télévision.

Alimenté par des capitaux en provenance de l'UE et des banques précitées, le fonds de garantie, à l'image de ce que l'on observe en France avec l'IFCIC qui supporte le risque de l'inachèvement d'un long métrage (c'est-à-dire, en fin de compte, le risque de non-remboursement du crédit par le producteur), aidait les banques et les établissements financiers spécialisés à investir massivement dans la production audiovisuelle.

¹⁸ Partie intégrante de la politique audiovisuelle européenne, le programme MEDIA, dont la phase II (1996-2000) tend à renforcer le développement, la distribution et l'édition d'œuvres filmiques européennes, la projection de films européens dans les salles (un soutien financier communautaire conséquent est apporté aux théâtres cinématographiques proposant une programmation significative de longs métrages européens), etc., a été initié afin de permettre aux créateurs et aux entreprises de s'adapter aux exigences d'un marché unique de l'audiovisuel, de mettre en place des réseaux transfrontaliers de coopération pour exploiter l'effet de dimension du nouvel espace économique.

Lorsqu'un projet était jugé acceptable¹⁹, la garantie, pouvant atteindre soixante-dix pour cent du crédit, était délivrée, soit à « l'établissement prêteur à qui le producteur délégué empruntait pour produire une œuvre cinématographique ou télévisuelle en coproduction avec deux autres coproducteurs d'Europe », soit à « l'établissement prêteur à qui l'un des coproducteurs avait emprunté pour financer son apport à une production cinématographique ou télévisuelle » (EMG).

Actuellement, suite aux restructurations qui ont accompagné le passage de MEDIA I (1991-1995) à MEDIA II (1996-2000), la société Euro Media Garanties n'est plus en activité. Toutefois, un organisme similaire devrait voir le jour prochainement, avec MEDIA III (dénommé MEDIA Plus). Lors de la conférence européenne de l'audiovisuel co-organisée par le ministère britannique de la Culture, des Médias et des Sports et par la Commission européenne les 6, 7 et 8 avril 1998 à Birmingham a en effet été clairement évoquée la création d'un nouveau fonds de garantie européen.

Cet instrument, qui contribuerait à augmenter la masse financière disponible pour la conception de produits européens de l'image aptes à circuler de par le monde, est très attendu par l'ensemble de la profession, mais aussi par le secteur financier qui voit en une telle entité la possibilité d'un décloisonnement des systèmes de financement nationaux.

Selon la Commission européenne, dans l'hypothèse de l'institution du fonds, et avec une mise initiale de quatre-vingt-dix millions d'euros, hormis la constitution d'une soixantaine de catalogues de droits d'exploitation, plus de quatre cents longs métrages et deux cents productions télévisuelles pourraient être financés sur une période de dix années. En complément des divers mécanismes de soutien (fonds publics nationaux, programme MEDIA, fonds Eurimages²⁰), des incitations fiscales à l'investissement cinématographique (cf. infra), il représenterait incontestablement un moyen d'affirmation de la culture européenne dans le monde, permettrait un développement significatif d'une production cinématographique européenne encore trop largement dépendante de la production américaine (aujourd'hui, la part de marché des films américains dépasse, pour l'ensemble de l'Union européenne, la barre des soixante-dix pour cent).

¹⁹ Selon Euro Media Garanties, pour qu'un projet fût accepté, le producteur délégué devait être originaire d'un pays de l'Union européenne ou d'un autre pays bénéficiaire et associé à deux coproducteurs (ou plus) originaires d'un pays du Conseil de l'Europe. En outre, les projets devaient comporter obligatoirement des accords de diffusion ou de distribution dans les trois pays coproducteurs (dans les salles s'il s'agissait de cinéma, ou à la télévision s'il s'agissait d'un produit télévisuel).

²⁰ Créé sous les auspices du Conseil de l'Europe à la fin de l'année 1988, le fonds Eurimages a pour règle, selon la résolution (88) 15, « d'encourager la coproduction et la distribution d'œuvres de création cinématographiques et audiovisuelles trouvant leur origine dans les Etats membres du fonds, notamment en contribuant au financement de la coproduction de ces œuvres ainsi que par la prise en charge partielle du coût des opérations de doublage et de sous-titrage ».

LES INCITATIONS FISCALES À L'INVESTISSEMENT CINÉMATOGRAPHIQUE

En France, la baisse des recettes issues de l'exploitation et, en parallèle, la hausse de celles en provenance des télévisions et de la vidéo ont contraint les distributeurs, autrefois principaux financiers du cinéma, à réorienter leurs interventions. Ne pouvant plus récupérer leurs investissements dans les délais les plus courts (en général, les recettes « à court terme » des salles obscures s'avérant réduites, l'amortissement économique d'un film est de plusieurs années), les distributeurs ont peu à peu cessé d'être des financiers pour se consacrer à quantité d'autres activités : publicité, édition de copies, etc.

Les producteurs ont également été affectés par les transformations du secteur audiovisuel, par le nouveau « processus temporel » de valorisation des longs métrages. Aujourd'hui, le plus souvent, une œuvre n'est rentable qu'après sa projection dans les salles, sa distribution vidéo, sa diffusion sur les écrans de télévision, c'est-à-dire après une période assez longue. Les actifs des producteurs ne prennent donc de la valeur qu'au fil des ans. Lorsque les droits du film restent la propriété du producteur, celui-ci perçoit par exemple, à chaque passage sur une chaîne, une certaine somme (NB : chaque producteur a toutefois la possibilité de vendre l'ensemble de ses droits pour réaliser une plus-value immédiate). Dès lors, le retour sur investissement est d'une durée d'au moins quatre années lorsque le long métrage rencontre un succès minimal.

Tout cela a finalement conduit, sous l'impulsion de l'Etat, à l'émergence des SOFICA (Sociétés pour le financement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel). Par leur mise en œuvre, il s'agissait principalement à l'époque, et il s'agit encore aujourd'hui, de favoriser les investissements dans la production cinématographique, de combler le vide laissé par le désengagement des distributeurs²¹. Précisément, en 1985, face à la désertification des salles, le ministre de la Culture et le ministre de la Communication s'étaient concertés afin d'accorder, à l'image des « tax-shelters » existant dans des pays comme le Canada (depuis 1974) et l'Australie, un avantage fiscal lié à l'investissement dans le cinéma. Et depuis, nombreux sont les films où apparaissent au générique les SOFICA. Ces sociétés, constituées par des banques auxquelles s'adjoint le concours de sociétés financières spécialisées, permettent aux particuliers et aux entreprises d'investir indirectement une partie de leur revenu dans la production filmique. L'investissement se traduit par l'achat d'actions dont les dividendes bénéficient d'une exonération fiscale. Qui plus est, les sommes investies font l'objet d'une déduction fiscale : un individu peut déduire, jusqu'à concurrence de vingt-cinq pour cent de son revenu net imposable, le montant de sa souscription au capital d'une SOFICA. La seule obligation pour le souscripteur est de devoir conserver le titre pendant au moins cinq ans²² (pour les SOFICA à

²¹ Sur le retrait progressif du distributeur dans le financement des longs métrages, cf. R. Bonnell (1989).

²² Il est à noter que lorsque les actionnaires cèdent leurs titres, après au minimum cinq années, l'avantage fiscal disparaît. Ce dernier n'est pas transmissible.

revenu garanti, instaurées au début des années quatre-vingt-dix – Cofimages fut la première SOFICA de ce type –, le souscripteur récupère son revenu au bout de huit ans).

En contrepartie des différents apports, les SOFICA se doivent, sous diverses formes, d'investir dans la production cinématographique ou audiovisuelle tournée en version originale de langue française, à l'exception des films pornographiques, publicitaires, des émissions de variétés, etc. Alors que trente-cinq pour cent des fonds collectés par les SOFICA garanties sont obligatoirement réservés à des investissements dans la production indépendante, vingt-cinq pour cent seulement le sont par les SOFICA non garanties.

Depuis leur naissance, les SOFICA, dont l'objectif premier est donc de collecter une partie de l'épargne publique afin de l'orienter vers le cinéma et l'audiovisuel, ont investi plus d'un milliard de francs dans la production de films (cf. tableau ci-dessous).

Tableau 2: Les SOFICA dans les films

	Nombre d'interventions	Coût des films (en millions de francs)	Investissement des SOFICA (en millions de francs)	Investissement moyen par film (en millions de francs)
1986	39	734,14	114,51	2,9
1987	61	915,36	193,28	3,2
1988	62	1.054,46	200,09	3,2
1989	39	788,59	159,75	4,1
1990	53	1.161,97	159,09	3,0
1991	55	1.275,28	173,15	3,2
1992	58	1.513,84	179,25	3,1
1993	50	1.162,90	130,25	2,6
1994	29	1.152,40	132,30	4,7
1995	38	1.469,31	153,65	4,0
1996	39	1.012,36	128,55	3,3
1997	48	1.817,76	181,55	3,8
1998	59	1.805,46	181,85	3,1
1999	67	1.748,22	171,15	2,6

Source : CNC.

En décembre 1994, cinq SOFICA avaient reçu l'agrément du Centre national de la cinématographie et de la direction générale des impôts :

	Capital	Investisseur(s)
Bymages 4	20 millions de francs	Bouygues
Sofinergie 4	40 millions de francs	UGC, Paribas
Cofimages 7	71,5 millions de francs	Lumière (Caisse des dépôts, Crédit Lyonnais, etc.)
Studio Images 2	60 millions de francs	Studio Canal Plus, BNP
Valor 4 (audiovisuel)	40 millions de francs	Phénix Images (Compagnie immobilière Phénix)

Au cours des années suivantes, qui ont été marquées par l'avènement, dès 1995, de nouvelles conditions d'agrément, l'on a assisté à la disparition de plusieurs d'entre elles. Imposant à toutes les SOFICA ainsi qu'aux entreprises qui y sont liées de limiter à un seul support le retour sur investissement (désormais, le panachage est interdit : les SOFICA se doivent de porter leur choix, soit sur l'exploitation dans les théâtres cinématographiques, soit sur les droits télévisuels, soit sur les ventes à l'étranger, etc.), les nouvelles mesures se sont traduites par le retrait de puissants interlocuteurs : tandis que le groupe Gaumont, habituellement présent, avait déjà abandonné la BNP Images pour 1995 (quarante millions de francs en 1994), Bouygues abandonna la Bymages 4 pour 1996.

Néanmoins, plusieurs éléments positifs en faveur du développement culturel par l'image animée devraient apparaître par ailleurs. A l'avenir, et contrairement à ce qu'il était courant d'observer par le passé, les SOFICA en activité, dont les règles élaborées récemment tendent à réactiver l'esprit de risque originel afin de légitimer l'avantage fiscal accordé par l'Etat, ne devraient plus être un simple moyen de mobiliser sans risque des droits audiovisuels futurs et, de plus, devraient favoriser la production indépendante. Auparavant, pour s'assurer des recettes maximales, beaucoup de SOFICA avaient en effet investi dans des coproductions cinéma-télévision ainsi que dans des films pré-achetés par les chaînes, et cela au détriment d'autres produits boudés par les diffuseurs. La garantie instaurée au début des années quatre-vingt-dix avait par exemple pour mérite de faciliter la collecte de fonds mais, en contrepartie, poussait les groupes associés à réduire les risques de production et, dès lors, à miser essentiellement sur les coproductions télévisuelles ainsi que sur les longs métrages pré-achetés par les télévisions, au préjudice des œuvres filmiques de réelle portée artistique ou culturelle, jugées financièrement inintéressantes. Il est clair que, dans ce cas, l'avantage fiscal était injustifié dans la mesure où le risque pris était inexistant. Les restrictions sévères, en dépit de la réorientation graduelle vers les produits de la télévision qu'elles génèrent (par exemple en 1996, contrairement à l'investissement audiovisuel, l'investissement global des SOFICA dans le cinéma, plus risqué, a légèrement décliné par rapport à 1995 : 128,55 MF contre 153,65 MF), devraient sensiblement réduire ce phénomène.

D'autres formules fiscales d'incitation à l'investissement dans la production cinématographique ont par ailleurs été adoptées à travers l'Europe.

En Italie par exemple, des réductions fiscales sont accordées aux exploitants présentant au public les films « d'intérêt culturel national » (d'après la nouvelle loi sur le cinéma). De plus, les sociétés produisant de telles œuvres perçoivent, pendant une année, une aide automatique égale à treize pour cent des recettes d'exploitation. Cette dernière mesure est essentiellement destinée au remboursement des emprunts et au réinvestissement dans la production italienne. Dans le cas où le réinvestissement ne pourrait s'effectuer, le producteur serait contraint de rembourser la subvention attribuée.

En Autriche, l'aide fédérale à l'écriture de scénario, versée par le Fonds pour le cinéma (Österreichischer Filmförderungsfonds : ÖFF) ainsi que par le ministère de l'Éducation et des Arts (Bundesministerium für Unterricht und Kunst : BMUK), est exonérée de TVA.

Enfin, en Espagne, les producteurs de cinéma bénéficient d'une déduction de cinq pour cent de l'impôt sur les sociétés.

CONCLUSION

Le cinéma, fragilisé par les mutations audiovisuelles récentes qui menacent directement le maintien de son organisation traditionnelle, est un secteur qui nécessite, et qui nécessitera encore plus au cours du temps, de très gros investissements, notamment pour faire face à la demande croissante des diffuseurs et à la concurrence paroxysmique des longs métrages en provenance d'outre-Atlantique qui commande un budget minimal à tous les films européens.

En conséquence, et bien que la banque ne soit pas devenue l'élément dominant et moteur du développement de l'industrie de l'image en Europe²³, l'implication accrue des banquiers et des financiers dans la production des films s'impose d'elle-même. Menacée dans sa logique de reproduction par la hausse permanente, parfois nécessaire, des coûts de production et, parallèlement, par la baisse des revenus issus des salles obscures, l'industrie cinématographique européenne se doit, pour rétablir sa compétitivité, de trouver des appuis financiers extérieurs. Leur capacité d'autofinancement étant de plus en plus réduite, les producteurs (indépendants surtout), en quête d'importants capitaux se tournent donc vers les télévisions, mais également vers les nouveaux investisseurs que sont les banques et les sociétés financières spécialisées. La forte rentabilité des œuvres, due pour l'essentiel aux nouveaux médias, favorise ce rapprochement.

BIBLIOGRAPHIE

- AUGROS J. (1996), *L'argent d'Hollywood*, L'Harmattan, coll. « Champs Visuels », Paris.
- BENGHOZI P.-J. (1989), *Le cinéma : entre l'art et l'argent*, L'Harmattan, coll. « Logiques Sociales », Paris.
- BONNELL R. (1989), *La vingt-cinquième image : une économie de l'audiovisuel*, Gallimard – FEMIS, Paris.

²³ A ce sujet, et plus généralement sur l'accroissement du rôle des banques dans le processus d'industrialisation ou, en d'autres termes, sur l'interpénétration du capital bancaire et du capital industriel qui constitue le capital financier, cf. R. Hilferding (1910). Voir également C. Palloix (1999) pour un regard nouveau sur R. Hilferding.

- DUBET E. (2000), *Economie du cinéma européen : de l'interventionnisme à l'action entrepreneuriale*, L'Harmattan, coll. « Champs Visuels », Paris.
- DUBET E. (1999), « Les fondements de l'intervention publique dans l'industrie cinématographique européenne », *Quaderni*, n° 39 (Transport matériel et immatériel), automne, pp. 11-28.
- DUBET E. (1998), *L'économie de l'industrie cinématographique en Europe*, Thèse de doctorat, Université de Picardie Jules Verne.
- GOMERY D. (1986), *Hollywood Studio System*, British Film Institute – Macmillan, London.
- HILFERDING R. (1910), *Le capital financier : étude sur le développement récent du capitalisme*, Editions de Minuit, Paris, 1970.
- MORVAN Y. (1988), « Les stratégies des grandes firmes et des groupes », in *Traité d'Economie Industrielle*, Economica, Paris, 2^e édition, 1991, pp. 445-457.
- PALLOIX C. (1999), « Monnaie de crédit et capital financier chez Rudolf Hilferding », communication au colloque international « Les économistes autrichiens (1870-1939) », ERSI, Université de Picardie Jules Verne, Amiens, 19-21 mai.