



Numérisation et cinéma : Bilan et perspectives

Gilles Le Blanc

Séminaire d'économie et d'histoire de la numérisation

EHESS-CERNA

9 février 2005

Quelques questions d'actualité

- Les ventes de DVD dépassent les recettes des salles de cinéma
- Comment placer la VoD dans la chronologie des médias ?
- *Un long dimanche de fiançailles* a sauvé Duboi de la faillite
- Téléchargement massif des films sur les réseaux P2P
- Dépenses croissantes d'équipements audiovisuels domestiques
- Perennité du dispositif français de financement du cinéma ?

Problématique

- La numérisation, ie l'adoption et la diffusion des technologies numériques dans un secteur d'activité économique, est un processus...
- Empruntant des trajectoires multiples et parallèles...
- En cours, engagé depuis longtemps (avant l'explosion d'internet) et encore à ses débuts (prolifération, sélection des trajectoires),
- Confrontant deux logiques économiques distinctes, celle des « contenus » et celle des « réseaux »,
- Soulevant au fur et à mesure du déploiement de nouveaux problèmes de politique publique

Approche

- Le film, un contenu
- Les voies de la numérisation dans le cinéma
 - 2.1. La production et la multiplication des versions
 - 2.2 La distribution et le nouveaux canaux numériques
 - 2.3 Le cas de la projection numérique
- Le rôle de l'industrie des équipements
- Que nous apprend le cinéma sur la numérisation ?

1. Le film, un « contenu »

- Bien informationnel : l'utilité dérive d'un arrangement particulier de symboles
- Bien d'expérience : il faut consommer pour savoir ce que cela « vaut » pour vous (rôle des mécanismes de révélation qualité)
- Taux d'échec élevé (peu de « stars », concentration des entrées)
- Rendements d'échelle (coûts de productions élevés mais faible coût de reproduction)
- Caractère unique (pas un produit homogène), substituabilité ?
- Vendu, acheté, stocké sur un support « medium », exprimant les symboles sous une forme matérielle
- Et, dans le cas du cinéma, une densité d'information exceptionnelle (12 Térabits pour un long métrage 35 mm)

1. Modèle économique du film

- Importance des coûts échoués dans le cinéma (casting, trucages, effets spéciaux, marketing)
- Plus caractéristiques précédentes de la demande →
- Une économie de star / casino : faible probabilité de succès mais importants gains potentiels (pour *Titanic*, box office mondial de 1,8 milliards \$ pour un coût de production de 200 m\$)
- Une exploitation par plusieurs versions (salle, DVD, télé) pour capturer les différents segments de la demande (sensibilité à l'attente, la qualité, l'expérience collective...)

2. La numérisation dans le cinéma

- Les technologies numériques
 - Ajoutent ou retirent de l'information au film
 - Augmentent le nombre de versions et leurs qualités respectives
 - Permettent la distribution des versions à travers des réseaux numériques (diffusion, cryptage...)
- Son (Dolby, Dolby SRD, DTS)
- Trucages, effets spéciaux
- Montage, mixage...
- Versions : Télé, vidéo, DVD, HD-DVD, DivX, streaming
- Diffusion numérique : satellite, câble, Internet, DSL, TNT

2.1 De nouveaux équilibres économiques

2002 Studios Revenues (MPAA data)

Version	Revenues (bn \$)	Growth
Cinema theaters	6.7	+ 18%
Television	11	+ 8%
Pay TV	3.3	+ 3%
Video (VHS, DVD)	16.3	+ 31%

In the US, between 1980 and 2000, the share of cinema theatres in film revenues dropped from 75% to 34%, while video sales (VHS, DVD) - still marginal in the early 80s – now amount to 40%.

2.1 Concurrence entre versions

- Années 1960, la version “35 mm” en concurrence avec les versions “*broadcast*” télédiffusées. La salle a l’exclusivité temporelle, la couleur, la diversité.
- Années 1970. Couleur et diversité à la télévision. VHS. Multisalles.
- Années 1980, la télédiffusion cryptée - nouveau réseau, nouvelles utilités - fragilise l’exclusivité temporelle de la salle, mais apporte de nouveaux marchés, des financements, des films.
- Années 1990, la salle réagit : le multiplexe accroît l’utilité pour le spectateur de la projection en salle. Ce surcroît est quasi-gratuit.
- Le but est d’accroître la consommation directe (fréquentation) et indirecte (confiserie, services) dans la salle.
- Le multiplexe est capital-intensif. Investissement et concentration.
- Années 2000, nouvelle concurrence du DVD (dit *home cinema*).

2.1 Relations verticales dans l'industrie américaine du cinéma

- 1950-1960 Studios' Golden Age

Coûts échoués : tournage (décors, caméras, édition). Organisation verticale intégrée (employés salariés)

- 1960-1970 « Nouvelle Vague » et l'innovation des films d'auteurs

Coûts échoués dans les marques personnelles /signatures (scripts, réalisateurs, directeur photo). Entrée de nouveaux studios (Coppola, Lucas, Spielberg, Bogadanovitch). Dés-intégration producteurs/réalisateur/distributeurs remplacé par des relations contractuelles. Forte croissance du budget de production des films.

- 1980-2000 L'ère du Marketing

Crise financière des studios indépendants. L'investissement se concentre sur le marketing et la publicité du film (principal coût échoué). Les studios retrouvent un contrôle sur la chaîne verticale et négocient directement avec les réseaux restructurés de salles de cinéma. Nouvelles synergies entre Télévision et Cinéma.

2.2 La distribution numérique

- Piratage numérique massif dans l'industrie du film estimé aux US à 800 millions \$ (3,5 milliards sous forme de copies de DVD)
- Année 2004 : progression parallèle des ventes de DVD (marché vidéo + 17% en valeur, 1,2 milliards euros pour les films), des entrées salles (196 millions, + 12 % par rapport à 2003) et du téléchargement « gratuit »
- Equilibre stable ou calme avant la tempête ?
- Position de la VoD par abonnement dans la chronologie des médias : modèle de la télé payante (ARP, Blic, chaînes) disponibilité entre 9 mois (moins 1 M entrées) et 12 mois (gros succès après la sortie en salle) vs modèle de la location vidéo (FAI) 6 mois

2.3 Chronologie de la projection numérique

- Intense lobbying pro-numérique des majors américaines
- 1999 : *Star Wars Episode I* en numérique dans 4 salles aux USA
- 2001: Alliance Technicolor-Qualcomm. Sortie numérique d'*Ocean 11* par Warner dans 19 salles.
- 2002 : *Star Wars Episode II* sort en numérique dans 94 salles.
- Cannes 2002, la Commission Européenne soutient la numérisation afin d' "accroître l'efficacité, améliorer la qualité des contenus, réaliser de plus grandes économies..."
- Débat confus en 2002/2003 : amélioration technique, exception culturelle, diversité, domination américaine
- 200 salles équipées en 2004 dans le monde : Etats-Unis, Chine, Inde, Brésil (*leapfrog*), 5 salles en France. Moins de 50 films tout numérique.

2.3 Le problème de la projection numérique

- Ni technique, ni comptable :
 - élévation de la qualité de projection discutable,
 - le partage de l'investissement entre distributeurs et exploitants n'est pas la clé du blocage,
- Mais économique et industriel...
 - Le fond de l'affaire est le *versionnage* et la différenciation de la salle par rapport aux autres réseaux,
 - Seules les innovations numériques qui ajoutent de la qualité à la version salle (son numérique, effets spéciaux) sont compatibles avec le modèle économique du multiplexe,
 - Les innovations profitant aux seuls distributeurs, ou aux réseaux concurrents (micro-salles, *home cinema*), changent l'équilibre économique de la filière.

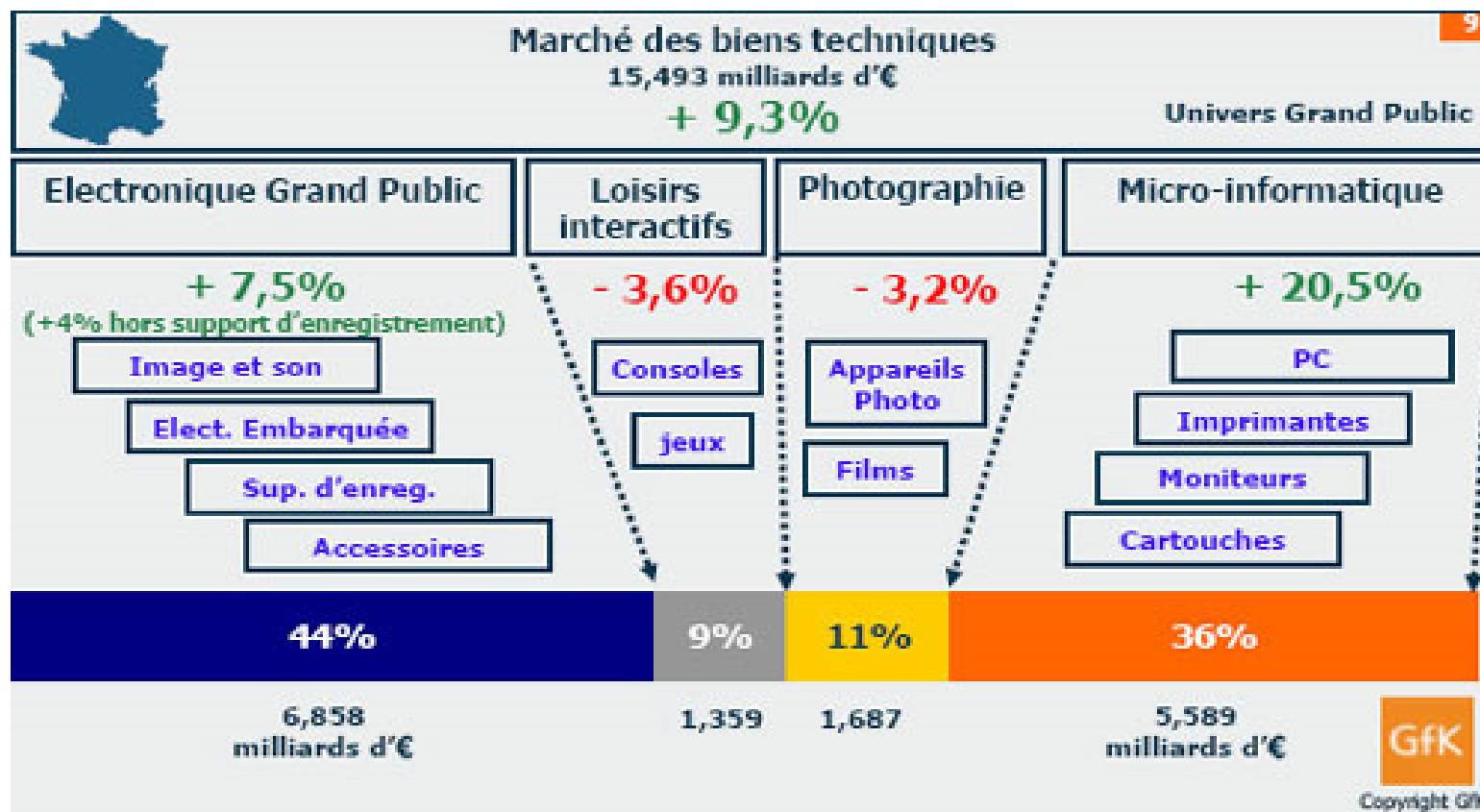
2.3 Un conflit réseaux/versions

- La projection numérique réduit l'écart entre les versions *cinéma* et résidentielles. Avec elle, la salle labellise un équipement destiné aux ménages.
- Intensification de la concurrence du *home cinema* (véritable marché de masse visé par les fabricants d'équipements de projection numérique)
- Les incertitudes techniques (absence de standards) combinées aux effets de réseau créent une situation de "poule et l'œuf". Plus le déploiement est lent, moins il est crédible.
- Ce conflit oppose deux types d'acteurs et d'actifs : les distributeurs - gestionnaires mondiaux de droits multiversions - et les exploitants - développeurs d'infrastructures locales spécialisée sur la version salle - fidélisant une clientèle par le relèvement de l'utilité de la version 35 mm.

3. La vague d'équipements domestiques

- Croissance générale du marché EGP en France : 8%
 - Enregistreurs DVD + 116% 1,25 millions vendus en 2004
 - TV LCD + 114%, 0,9 million ; Plasma + 39%, 0,2 million
 - Lecteurs DVD + 14%, 6,4 millions
- Formats médias (DVD, VHS, HD-DVD) vs formats numériques (WMV, MPEG4, DivX)
- 6 millions PCs vendus en 2004 et 4,5 millions téléviseurs
- Conséquences :
 - Le pouvoir de définition des standards et des normes techniques bascule des studios aux équipementiers
 - Concurrence frontale EGP/informatique (verrouillage du système d'exploitation des terminaux numériques domestiques)

3. L'industrie des équipements numériques



4. Que nous apprend le cas du cinéma sur la numérisation ?

- La numérisation fait du film un BI *versionnable*, un contenu.
- L'économie des contenus est indissociable de celle des réseaux. Les contenus sont mondiaux et les réseaux locaux.
- La numérisation accroît le nombre des versions et crée de nouveaux réseaux.
- Un nouveau *versionnage* apporte de nouvelles utilités et de recettes valorisant le contenu (TV, radios libres, Canal +, DVD...).
- Risque : ce *versionnage* concurrence un réseau en place, critique dans l'exploitation et le financement des contenus. (Concurrence Canal+ / chaînes thématiques / DVD...)
- Objectif politique : l'utilité d'un nouveau versionnage doit créer un marché sans détruire les réseaux existants. (DVD et VHS, TNT et TV, Projection numérique et multiplexes). Id. P2P.