

Faits & Gestes

Débats & Recherches en Communauté française Wallonie-Bruxelles

REVUE TRIMESTRIELLE
Publication du Secrétariat Général
du Ministère de la Communauté française
Service de la Recherche
44 bd Léopold II
1080 Bruxelles
Tél vert 0800/20 000

2

Les cinémas multiplexes et les mutations de l'exploitation cinématographique

Bien que l'exploitation des cinémas ne relève pas du domaine de compétence de la Communauté française Wallonie-Bruxelles, Faits et Gestes s'intéresse aux "multiplexes" parce que, devenus la forme dominante de l'exploitation en salle, ils influencent l'ensemble du secteur cinématographique dans notre Communauté, de la production de films à la formation du spectateur. Et, subsidiairement, parce que, pour certains d'entre eux, ils délocalisent la consommation culturelle hors des pôles urbains traditionnels.

Une étude (réalisée par Thierry Vandersande, du Service du cinéma et de l'audiovisuel, et par Philippe Ernotte, du Laboratoire d'analyses culturelles) a permis d'éclairer les principales facettes du phénomène et a établi, souvent pour la première fois, des données chiffrées concernant la fréquentation des multiplexes en Wallonie et à Bruxelles, leur type d'offre cinématographique, la constitution de leurs publics, etc.

Le présent numéro présente ces aspects dans une version résumée.

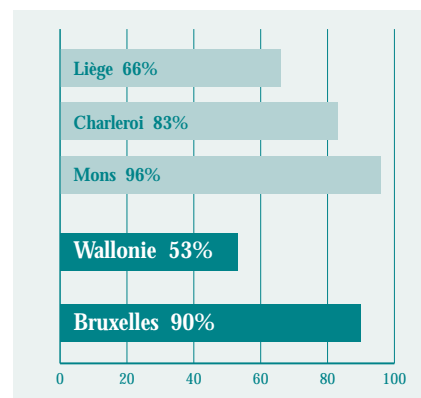
L'étude complète constitue un dossier spécial de Faits & Gestes, disponible sur demande. Elle resitue les multiplexes dans le cadre plus général de l'exploitation des films en Communauté française Wallonie-Bruxelles (établissement des statistiques, géographie des divers types de cinémas, poids des salles face au marché de la vidéo, influence des multiplexes sur le cinéma d'auteur) et détaille l'état des statistiques officielles.

On appelle "multiplexe" un complexe cinématographique (situé à la périphérie des villes ou, plus rarement, dans le centre des grandes villes) possédant au minimum 10 salles de capacité moyenne à grande, qui permettent de mettre simultanément à l'affiche toute la palette des films gros ou moyens porteurs disponibles en sortie nationale. Bref de proposer une programmation extensive, voire surextensive.

Aujourd'hui¹, les cinémas multiplexes sont au nombre de sept en Communauté française : un à Charleroi, Mons, Liège, Braine l'Alleud, trois à Bruxelles. À l'été 2001, un huitième ouvrira à Louvain-la-Neuve.

Contrairement à d'autres pays de l'Union qui ont imposé des obligations soit urbanistiques soit culturelles (quotas de films nationaux et européens, voir page 8), la Belgique (où la matière est de la compétence du ministère fédéral des affaires économiques) n'a pas créé de cadre juridique particulier pour cette forme nouvelle d'exploitation cinématographique. De même, à notre connaissance, aucun outil d'analyse n'a été développé la concernant².

L'étude menée à l'initiative du ministère de la Communauté Wallonie-Bruxelles a permis d'établir, pour la première fois, une série de données chiffrées sur le phénomène des multiplexes. Il apparaît que les multiplexes sont devenus dans notre Communauté la forme dominante de l'exploitation des films en salle³ : ils totalisent 90% des entrées à Bruxelles, 53% sur l'ensemble de la Wallonie mais bien plus dans les grandes agglomérations wallonnes : Liège 66%, Charleroi 83%, Mons 96%.



Paysage

La formule standard du multiplexe décalque celle de l'hypermarché à parking : elle consiste à délocaliser les cinémas en dehors des centres urbains — engorgés par le trafic, et entachés d'une réputation d'insécurité — pour les accoler à une rocade autoroutière, les doter d'une aire de stationnement réservé et gratuit, et sur un plan cinématographique, à offrir une programmation extensive dans un contexte de visionnement moderniste.

La formule a été importée des USA, où le groupe AMC l'a développée dans les années 70 et 80, via la Grande-Bretagne. En Europe continentale, la formule fut mise en œuvre en premier lieu en Belgique, dont les caractéristiques géographiques du peuplement (centres-villes moins peuplés que les agglomérations et périphéries) et le réseau autoroutier, particulièrement dense, se prêtent à ce type d'implantation, fondée sur une extension *extra-muros* de la zone de chalandise.

En Wallonie, le succès des multiplexes installés systématiquement en périphérie a eu pour corollaire une dévitalisation des centres-villes (impossible à quantifier, faute d'études).

Face aux succès des implantations périphériques, se sont développés des multiplexes d'un second type, urbain, compensant l'absence de stationnement propre par des partenariats avec des parkings payants existants. Ils sont nés souvent de l'agrandissement de complexes existants, portés aux normes



des multiplexes par leur modernisation architecturale et leur fonctionnement (billetterie informatisée, comptoirs à pop-corn et boissons). Le groupe français UGC est le principal promoteur de ce type de multiplexe urbain. À Bruxelles, en 1992 l'Eldorado se mua en UGC de Brouckère en passant de 8 à 12 salles ; en 1999 l'Acropole-Galleries devint UGC Toison d'or en passant de 11 à 14 salles (le coût de ces transformations lourdes équivalait à la construction d'un multiplexe périurbain neuf. À Louvain-la-Neuve, par contre, UGC a bâti du neuf et projette de faire de même à Liège.

LES MULTIPLEXES EN WALLONIE ET À BRUXELLES

chronologie, localisation, capacité, rendement

1. 1987 (déc) Charleroi-Nord, "Carollywood", 14 salles, 3.500 sièges ; 855.000 entrées par an.
2. 1988 (sept) Bruxelles-Nord, "Kinépolis", 24 salles (hors salle Imax), 7.584 sièges ; 2.427.000 entrées par an.
3. 1992 (juin) Bruxelles-hypercentre, "UGC de Brouckère", 12 salles (8 avant travaux), 3.000 sièges ; 1.047.000 entrées/an.
4. 1993 (avril) Mons-Nord, "ImagiMons", 12 salles, 3.085 sièges, 897.000 entrées par an.
5. 1997 (oct) Liège-Nord "Kinépolis-Liège", 14 salles (+ 2 autres construites mais sans permis d'exploitation), 4.590 sièges, 1.362.000 entrées par an.
6. 1998 (déc) Braine l'Alleud-Waterloo, "ImagiBraine", 10 salles (permis pour 16 salles), 2.450 sièges, 571.000 entrées en 1999, env. 750.000 entrées en deux mil.
7. 1999 (août) Bruxelles-centre, "UGC Toison d'or", 14 salles (11 avant travaux), 2.610 sièges, 1.016.908 entrées par an
8. 2001 (juillet) Louvain-la-Neuve, "UGC Esplanade", 13 salles, 2.800 sièges.

Exploitants :

1. Régine Drieghe puis Jean Hanne ; 2. Famille Bert-Claeys alias Kinépolis groep ; 3. UGC ;
4. Régine Drieghe puis Hubert Carpentier 50% + GIMV 30% + Kinépolis 20% ; 5. Kinépolis ;
6. Régine Drieghe puis Carpentier 30% + GIMV 50% + Kinépolis 20% puis Kinépolis 70% + Carpentier 30% ; 7. UGC ; 8. UGC. [Voir note 14]

Aujourd'hui, en Communauté française, les **multiplexes** représentent **10% des cinémas** mais totalisent **40 % des écrans** (100 écrans sur 252) : 28% en Wallonie (50 écrans sur 181) et 70% à Bruxelles (50 écrans sur 71). Pour l'ensemble de la Belgique, les multiplexes représentent 42,7 % des écrans (210 écrans sur 492). Partout ailleurs en Europe continentale, la part des écrans détenus par les multiplexes est moindre : Pays-Bas 7%, France 17%, Allemagne 18%, Espagne 21%, Suisse et Italie 3%.

Tous types confondus, l'implantation géographique des cinémas en Wallonie (au nombre de 57) et à Bruxelles (11) montre néanmoins un **maillage assez complet du territoire**⁴. Dans l'ensemble, l'ouverture des multiplexes n'a pas entraîné la fermeture massive des salles traditionnelles (sauf à Mons, où n'a subsisté qu'un seul des cinq cinémas d'autrefois : le Plaza Art, reconverti dans l'Art & essai) mais elle a bouleversé l'économie du secteur et les mœurs des spectateurs.

Bien qu'aujourd'hui le secteur soit concentré dans les mains de deux groupes⁵ (sur les huit multiplexes, Kinépolis en possède ou contrôle 4 et UGC 3), les premiers multiplexes créés en Belgique le furent non par des multinationales ou de grands groupes nationaux (comme plus tard en France avec UGC, Pathé, Gaumont, à la fois producteurs, distributeurs et exploitants), mais par des familles d'exploitants locaux traditionnels.

Le coût très élevé de l'édification d'un multiplexe (de 400 à 800 Mios FB, soit 10 à 20 Mios d'€) obligea presque tous les exploitants à une rentabiliser leur investissement au plus vite, et avec le plus de sécurité possible. Ils orientèrent donc leur programmation vers des films " gros porteurs " soutenus par les stratégies de marketing des **distributeurs** les plus puissants, essentiellement les *major companies* d'Hollywood. En effet, contrairement aux autres secteurs de l'industrie de spectacle, dans le cinéma ce n'est pas à l'exploitant de salles mais au distributeur qu'incombe la promotion des produits (de même, la location du film ne se fait pas à prix fixe mais au pourcentage ; voir encart " Partage des recettes ").

Un seul multiplexe se singularise par une programmation plus européenne, l'UGC Toison d'or (voir infra pages 5 à 7).

Construction d'un public

L'avènement du multiplexe a entraîné une mutation culturelle de la consommation. Traditionnellement la réputation des films se construisait à partir d'un jugement réel : d'une part la critique cinématographique de presse écrite et télévisée, d'autre part le " bouche à oreille " au sein public. Des dispositifs secondaires complétaient l'information, dans la rue : la devanture des cinémas proposait au flâneur affiches, extraits de presse et photos. Le lèche-vitrine cinématographique des flâneurs urbains est devenu obsolète : aujourd'hui, l'offre marchande s'élabore en amont de la salle de cinéma, au travers de campagnes publicitaires *et* médiatiques financées par les gros distributeurs à l'échelle internationale, puis nationale. Isolé sur son parking en périphérie de ville, le multiplexe compte sur l'efficacité de ces campagnes pour construire la renommée d'un film avant même sa sortie, et lui amener le public-cible. Les " *plans marketing* ", ainsi qu'on les appelle dans les cellules stratégiques des majors, consistent en achats d'espaces communicationnels et en divers accords de promotion croisée (télévisions et quotidiens d'information, merchandising avec fabricant de jouet ou chaîne de hamburgers). Le **budget marketing des films hollywoodiens** atteint en moyenne **50%** du budget de la production (le budget marketing mondial de *Titanic* a été estimé entre 2 et 3 milliards de FB⁶), alors que les films européens restent dans une logique de "diffusion naturelle", soutenue par des budgets de lancement compris entre 5 et 10 %.

Une enquête récente (INRA, 1999) a permis de cerner les critères en fonction desquels les spectateurs wallons et bruxellois actuels font son choix parmi l'offre de films et donc, indirectement, parmi l'offre de cinémas.

À peine 10 % des spectateurs se réfèrent au réalisateur ou au thème du film et 11 % seulement consultent les critiques de presse

écrite (essentiellement les 55 ans et plus : 23,1 %). Par contre 34% des spectateurs choisissent un film “ en fonction des acteurs ” (ceux du star-système), et 30 % font leur choix en fonction de ce qu'ils appellent “ la critique télévisée ” qui, dans sa forme authentique, a pourtant disparu de pratiquement toutes les chaînes : les émissions consistent essentiellement en bandes annonces et en des interviews organisées par les gros distributeurs de films, souvent livrées clé sur porte (la RTBF, il est vrai, fait exception, à une heure tardive).

On comprend que l'**horizon des possibles** du spectateur moyen se rétrécit souvent aux multiplexes si l'on considère que les messages promotionnels des chaînes radio-TV et des journaux l'attirent eux aussi vers ce type d'infrastructure. Les multiplexes sont en effet devenus les **relais privilégiés des grands médias “ d'opinion ”** (RTBF, Soir, RTL-tvi, Libre Belgique, Téléouest) qui développent avec eux des **campagnes croisées** de promotion : les médias offrent des places gratuites pour des avant-premières dans les multiplexes qu'ils annoncent sur antenne ou dans leurs colonnes ; en retour, le multiplexe expose leur image de marque (banderoles dans le hall) et les valorise auprès de son public.

Par ces diverses facettes, les multiplexes sont au centre du dispositif de médiatisation des films et constituent le modèle dominant de la consommation cinématographique. Fonctionnellement, les mécanismes de lancement et de diffusion des films font du multiplexe l'équivalent cinématographique de l'**hypermarché** de la grande distribution alimentaire. Cet hypermarché cinématographique se caractérise par une offre de films suffisamment large aux yeux du public pour lui sembler **extensive** : le spectateur sait qu'il y trouvera programmé, dans l'une des 10, 12, 16 salles du multiplexe, le film qu'il a entendu vanter à la TV.

Sous l'influence des campagnes publicitaires que la mondialisation décline à la fois à l'échelle planétaire et dans ses versions locales sous la forme des “ sorties nationales ”, s'est modifiée l'**espérance de vie des films**, particulièrement dans les multiplexes : le battage médiatico-publicitaire doit permettre au film de **réaliser 70 à 80 % de ses recettes durant les 3 premières semaines d'exploitation**. L'efficacité des plans marketing s'évalue d'après le nombre d'entrées réalisées par un film dès sa première semaine d'exploitation.

Lors de la saison 1999-2000, sur les **onze meilleurs résultats hebdomadaires** à Bruxelles, pas moins de huit films ont réalisé ce record d'entrées **dès la première semaine d'exploitation** (*Star wars episode one*, *Taxi 2*, *Notting Hill*, *The matrix*, *The mummy*, *Gladiator*, *The world is not enough*, *The beach*), deux films ont mieux marché en deuxième semaine (*The sixth sense*, *American beauty*) et le dernier, le dessin animé pour enfants *Tarzan*, a connu sa meilleure semaine lors de congés scolaires. *Taxi 2*, bien que film français, a bénéficié d'un battage médiatique comparable à un produit hollywoodien.

Ces onze résultats records représentent chacun de **25.000 à 46.000 entrées en première semaine** sur l'ensemble des multiplexes bruxellois ; à comparer avec la *fréquentation totale sur toute leur durée de vie* de quelques films européens dans ces mêmes multi-

plexes : *Rosetta* 28.000 entrées, *Les Convoyeurs attendent* 21.000, *Vénus beauté Institut* 13.000.

Pour maximiser l'effet publicitaire et assurer immédiatement la rentabilité, certains films sortent en plusieurs copies — **multiprogrammation** — dans un même multiplexe : l'un d'eux a ainsi programmé *Star wars episode one* dans 7 salles, en versions de langue différente (VO, VF, VNI), certaines en séances simultanées, d'autres décalées pour que le client puisse entrer à toute heure.

L'économie des multiplexes

En Communauté française, le meilleur rendement annuel par fauteuil n'est pas réalisé par un multiplexe mais par le cinéma liégeois d'Art & essai *Le Churchill* : chaque siège y est occupé **500** fois sur l'année.

Dans les multiplexes bruxellois, le rendement a été le suivant : UGC de Brouckère 392, UGC Toison d'or 389, Kinopolis-Bruxelles 342. En Wallonie, les multiplexes ont un rendement inférieur : ImagiMons 291, Kinépolis-Liège, 296, Carollywood 244, ImagiBraine 233.

Le prix du ticket dans les multiplexes oscille entre 200 et 260 FB (5 à 6,5 €), le prix moyen s'établissant à 215 FB. Ce prix est élevé comparé aux tarifs pratiqués par les cinémas traditionnels des grandes villes wallonnes (180 FB) et plus encore des petites villes (165 FB). Tous cinémas confondus, en 1999 le prix moyen du ticket en Belgique fut de 200 FB.

La **spécificité économique** des multiplexes tient d'une part dans l'importance qu'y tiennent les recettes annexes, d'autre part dans leurs relations avec les distributeurs.

PRINCIPES D'ÉCONOMIE CINÉMATOGRAPHIQUE

1) PARTAGE DES RECETTES SUR LE TICKET DE CINÉMA

Sur un ticket de cinéma, l'exploitant paye en moyenne 17 % de taxes : 10% de taxe communale, 6% de TVA, 1 % de droits d'auteur musicaux à la Sabam (le prix moyen du ticket étant de 200 FB, ces taxes sont respectivement de 20, 12 et 2 FB).

Sur le reste, c'est-à-dire la recette nette, il **ristourne au distributeur 47,2%** en moyenne* (soit 78 FB, 39% de la recette brute).

Avec la part qui lui reste, **88 FB environ** (52,8% de la recette nette, soit 44% des 200 FB du ticket), l'exploitant doit payer son personnel (dans un multiplexe, environ 40 personnes), assumer les charges locatives et d'entretien, rembourser ses prêts bancaires.

12 FB	20 FB	88 FB
	2 FB	78 FB

2/ RECETTES ANNEXES

L'exploitation d'un cinéma génère aussi des " recettes annexes " : traditionnellement, la vente de chocolats glacés ou confiseries, et les revenus tirés de la diffusion en avant-programme de spots publicitaires RMB. Dans les salles traditionnelles, ces recettes représentent souvent moins de 10 FB par spectateur.

Dans les **multiplexes**, les recettes annexes sont beaucoup plus importantes, au point de constituer parfois la source de profit *principale* de l'exploitant : dans les multiplexes à bon rendement, chaque spectateur débourse en moyenne **60 FB par séance** en boisson, pop-corn, bonbons. Ces 60 FB (1,5 €) constituent presque du **bénéfice net** : le prix de revient est souvent de quelques centimes pour le contenant, de quelques francs pour le contenu (sirop au cola, eau, grains de maïs).

Leurs volumes de ventes permettent aux multiplexes de négocier auprès des marques de boissons et confiseries un prix d'achat placher, d'autant qu'ils nouent très souvent avec elles des **partenariats commerciaux**⁹ en faisant valoir que leurs halls constituent des vitrines sans équivalent pour imposer une image de marque auprès des publics-cibles, principalement les 12-30 ans.

3/ CHARGES ET PROFITS DU DISTRIBUTEUR

Le distributeur, après avoir acheté comptant à la maison de production les droits de distribution d'un film pour la Belgique (avec paiement initial d'un minimum garanti, et versement ultérieur d'un pourcentage sur les recettes en salle, en vidéo et en télévision), **assume tous les frais de promotion** du film à l'échelle nationale (visions de presse, interviews, affiches), ainsi que le **tirage des copies** du film qu'il fournira — parfois, pour les plus puissants : imposera — aux exploitants de son choix. Compte tenu du coût élevé d'une copie neuve en polyester (60.000 FB en moyenne pour un film de 90 minutes, soit la contrepartie pour le distributeur d'une recette nette de 1.000 entrées), le nombre de ces copies varie en fonction des moyens financiers du distributeur.

Les filiales belges de distribution de **majors hollywoodiennes** appartiennent à un autre circuit économique : intégrées verticalement à leur maison mère américaine (UIP, Universal, Warner, Fox, Columbia, BuenaVista), elles en distribuent les films en exclusivité, sans avoir à les rechercher ni à les négocier. Le tirage des copies s'effectue aux USA, en série donc à bas prix, sur une échelle qui permet d'inonder les marchés nationaux : *Tarzan* est sorti sur le marché belge en 111 copies, *Star wars episode one* en 102 copies, *Toy Story II* en 102 (à titre de comparaison, *Le goût des autres* ne sortait qu'en 12 copies, *Une liaison pornographique* en 10 copies, *Buena vista social club* en 6 copies).

L'enjeu du nombre de copies

La Belgique entière compte une quinzaine de multiplexes et autant de gros complexes. Trente copies sont donc nécessaires pour assurer une véritable sortie nationale en deux langues (trois avec l'allemand)¹⁰, les petites salles de province récupérant la pellicule après que les films aient été retirés de l'affiche des complexes.

Le nombre *moyen* de copies pour les films des différents distributeurs laisse apparaître des différences considérables : Warner 48, Buenavista 47, Fox 30, mais Cinélibre 2,8, Pauline Films 3,4, Progrès Films 3,3, Cinéart 7,5.

Le fait de **couvrir le marché avec des dizaines de copies** constitue le principe premier de la stratégie marketing des majors, qui saturent ainsi la visibilité de leurs produits dans les programmes cinéma des journaux et permettent leur lancement simultané dans toutes les salles à bon rendement.

Pas moins de **60 films américains sont sortis dans un nombre de copies supérieur à 20** ; en revanche, les films européens dans ce cas se comptent sur les doigts des deux mains. Aucun des films le plus gros distributeur de films français (Élysée Films) n'atteint les 20 copies. Quant aux films nationaux, plusieurs ont exceptionnellement bénéficié d'un nombre élevé de copies : la palme d'or cannoise *Rosetta* (34, distr. Cinéart), *Les convoyeurs attendent* (24, distr. Alternative), et du côté flamand deux films distribués par Kinépolis : *Kabouterschat* et *Father Damien* (25 et 30 copies).

Le nombre de copies des **films américains gros porteurs** tourne autour des **50 copies**, les films attendus comme *très gros porteurs* dépassent les cent copies : *Star Wars episode one* 102 copies, *Tarzan* 112 copies, soit quasiment une copie pour chaque cinéma dans toutes les villes moyennes et grandes villes de Belgique !...

Dès leur lancement, les films ne concourent pas à chances égales. Plutôt qu'une intrinsèque appartenance du film au secteur hyper-commercial ou au secteur Art & essai, c'est **la surface financière du distributeur** qui détermine le nombre de copies, le type de campagne promotionnelle, et oriente a priori le destin du film.

La programmation des multiplexes

Une certaine image du monde

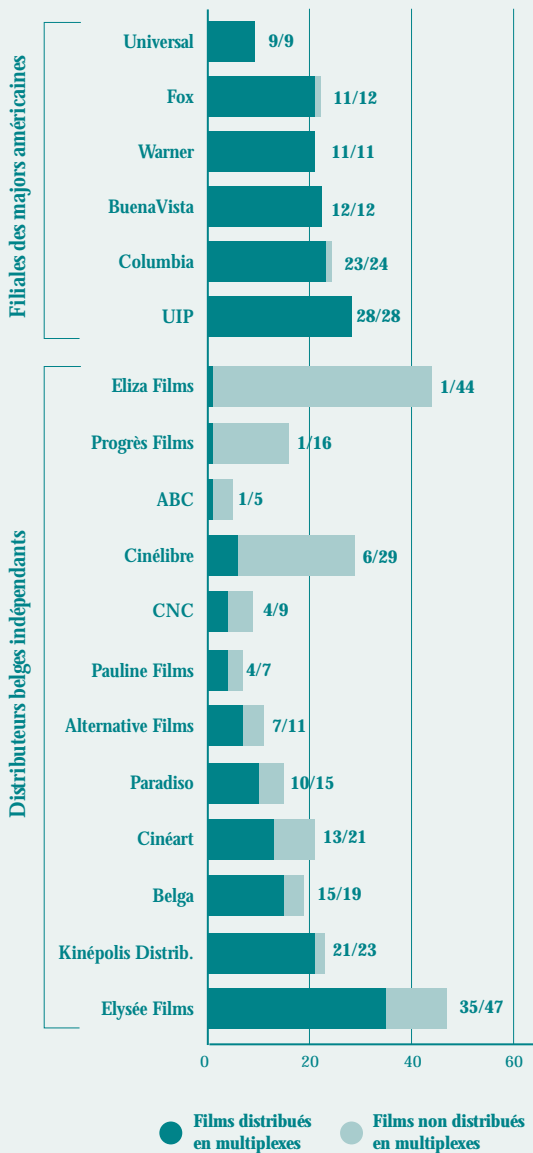
Seule une partie des films tournés annuellement dans le monde est présentée aux publics dans les différents pays : les films dont les distributeurs (indépendants locaux ou filiales des compagnies américaines) ont acheté les droits de distribution et inscrivent à leur catalogue. Cette première sélection s'opère donc en amont des multiplexes. Sur les 349 films distribués en 1999 en Belgique, 163 étaient européens (46,7%), 145 américains¹¹ (41,5%), 17 asiatiques, 3 australiens, 1 africain, et 20 coproductions intercontinentales dont 9 films américano-européens, 10 européo-asiatiques, 1 européo-africain. Les multiplexes vont opérer un second filtrage culturel.

1/ Distributeurs privilégiés

En théorie, la Loi impose que chaque film fasse l'objet d'un contrat spécifique de location entre le distributeur et l'exploitant (dans lequel sont précisés le pourcentage de chacun, et parfois un loyer minimum garanti ainsi qu'un nombre minimum de semaines de programmation) et elle interdit aux distributeurs des ventes groupées (" packages " comportant des films plus rentables que d'autres). Cependant, les statistiques montrent des régularités troublantes dans les multiplexes.

La façon dont les multiplexes relaient le catalogue des divers distributeurs montre clairement une distorsion de l'offre de départ **au bénéfice systématique des filiales des majors** américaines (UIP, Universal, Warner, Fox, Columbia, BuenaVista) : 96 des 98 films distribués par elles en Belgique en 1999 ont trouvé refuge dans un multiplexe, soit 98%. Les maisons de distribution belges¹² n'ont, quant à elles, reçu asile en multiplexe qu'à hauteur de 49% (120 films sur 244), avec de très nets contrastes (voir graphique page suivante). Certaines¹² distribuent d'ailleurs aussi des films américains, soit de majors sans filiale en Belgique, soit de producteurs indépendants.

PART DES FILMS DIFFUSÉS EN MULTIPLEXES SUR L'ENSEMBLE DES FILMS DISTRIBUÉS PAR CHAQUE DISTRIBUTEUR EN 1999 EN BELGIQUE



2/ Nationalité des films

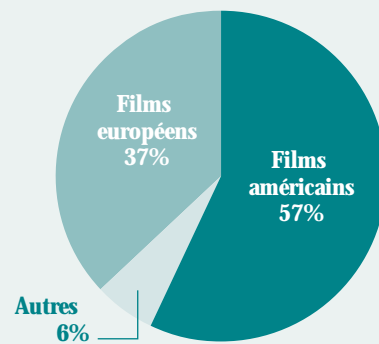
La proportion de films américains programmés dans les multiplexes indique une nette tendance à la monoculture hollywoodienne. Sur les 163 films européens disponibles, seulement 79 sont sortis dans un multiplexe, soit **48 %**. Par contre ils furent 122 sur les 145 américains, soit **84 %**. Si les coproductions américano-européennes programmées s'alignent sur le score des films américains (7 sur 9), en revanche les euro-péo-asiatiques ne se retrouvent dans des multiplexes qu'à 20 % (2 films sur 10), suivant en cela le traitement réservé aux films asiatiques (2 sur 17 distribués, soit 12 %) ou africains (0 sur 2 dont la coproduction).

Au total, les cinématographies autres que celles du monde occidental disparaissent quasiment des écrans des multiplexes : 5 films sur 213 soit à peine 2 %, alors qu'ils occupaient 8 % du catalogue proposé par les distributeurs.

En matière de diversité culturelle internationale, les multiplexes réduisent l'éventail de films proposés aux spectateurs. Aucun multiplexe n'entre dans la catégorie des cinémas soutenus par le fonds européen *Europa-Cinemas* aidant les salles qui programment au minimum 50 % de films européens.

Le cinéma européen, majoritaire en Belgique du point de vue du nombre de titres distribués annuellement (46,7 % contre 41,5 % au cinéma américain, hors coproductions intercontinentales), **voit sa visibilité s'inverser dans les multiplexes wallons et bruxellois** : où il n'y représente plus que 37 % face aux 57 % de films américains.

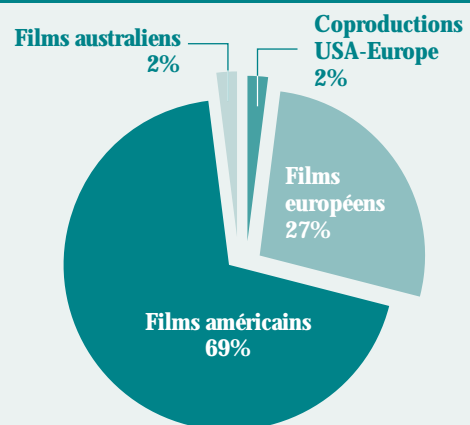
NATIONALITÉ DES FILMS DISTRIBUÉS EN MULTIPLEXES



Encore faut-il relativiser ce chiffre, biaisé par un multiplexe atypique. En effet, la proportion de films américains, européens et autres ne varie quasiment pas d'un multiplexe à l'autre, sauf à l'UGC Toison d'Or qui propose 40 % de films européens — un pourcentage supérieur d'un tiers à celui du plus européen des autres multiplexes —, 4 % de films non-européens (partout ailleurs compris entre 1 et 2 %), et seulement 54 % d'américains (57 % avec les coproductions). Si l'on corrige ce biais en considérant uniquement les six autres multiplexes, **la moyenne des films européens tombe à 27,5 %**.

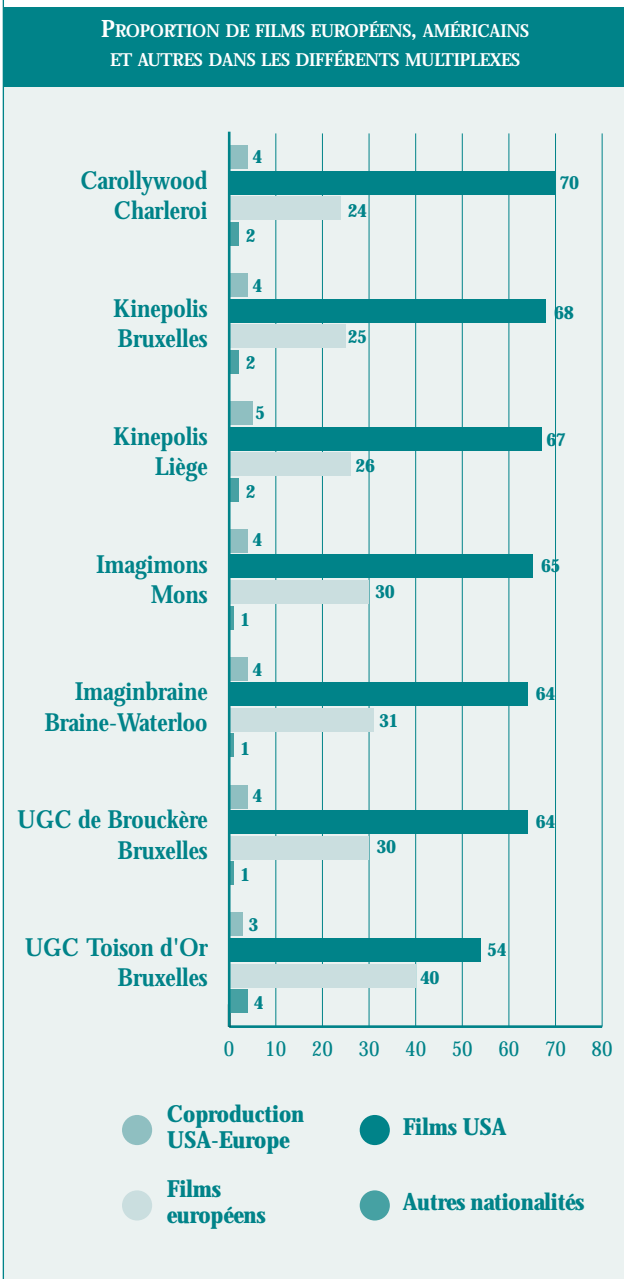
On obtient d'ailleurs un pourcentage comparable pour les 62 films sortis dans *tous* les multiplexes à la fois (signe de leur importance dans la stratégie commerciale des cinémas) : 27 % d'européens contre 69 % d'américains (les 4 % restants se composant d'un australien et d'une coprod. américano-européenne).

NATIONALITÉ DES FILMS AYANT ÉTÉ DISTRIBUÉS DANS TOUS LES MULTIPLEXES



On est amené à relativiser davantage encore l'apparente diversité dans la programmation des multiplexes : sur les 122 films américains mis à l'affiche dans l'un ou l'autre multiplexe, 42 l'ont été dans tous les multiplexes, soit 34 %, tandis que seulement 16 des 79 films européens programmés se sont retrouvés à l'affiche de tous les multiplexes, donc 20 %. Dans les multiplexes, le cinéma européen ne jouit pas de la même amplitude de diffusion que le cinéma américain : ses films sont moins nombreux à être programmés, et ils le sont de surcroît sur un nombre d'écrans inférieur.

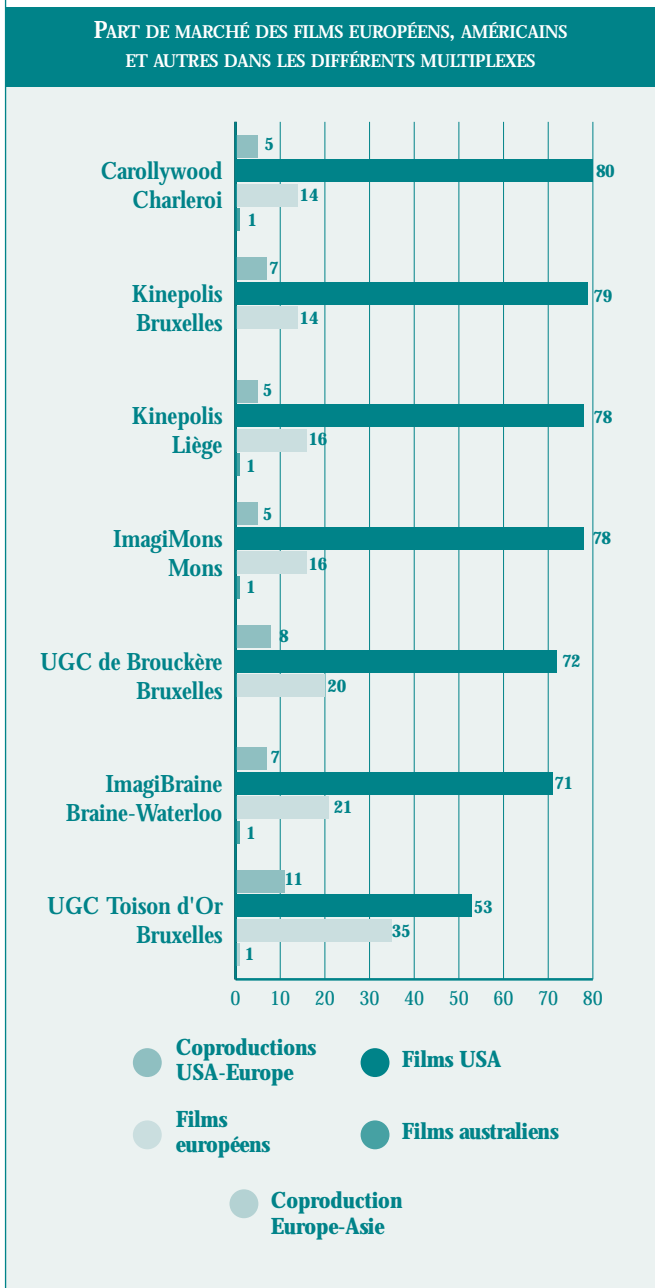
La plus haute concentration de films américains se trouve au Carollywood de Charleroi avec 70% des titres (74 % avec les coproductions) contre 24% d'européens, mais les autres multiplexes présentent des pourcentages très voisins, restant tous, sauf un, dans une fourchette de six points : Kinopolis 68/25, Liège 67/26, Mons 65/30, Braine 64/31, Brouckère 64/30.



3/ Parts de marché par nationalité

La part de marché du cinéma européen plafonne autour de 15 % dans les quatre cinémas au plus faible tropisme européen (14 % à Kinopolis Bruxelles et Carollywood, 16 % à ImagiMons et Kinopolis Liège ; voir tableau précédent), et atteint péniblement 21 % si on leur adjoint les coproductions euro-américaines.

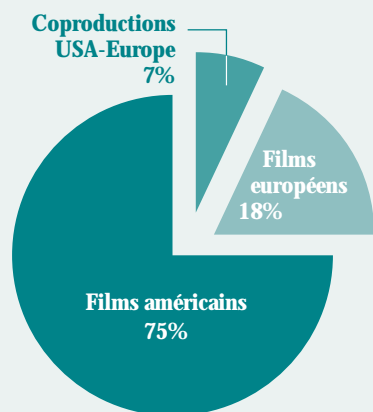
En revanche le cinéma européen passe la barre des 20 % à Imagi-Braine et UGC de Brouckère (28 % coprod. comprises) pour culminer à l'UGC Toison d'or à 35%, et même 47% avec les coproductions euro-américaines et euro-asiatiques (qui franchissent le cap du 1% de recettes).



Symétriquement, le cinéma américain atteint les 80 % de parts de marché à Carollywood, et les frôle aux Kinopolis de Bruxelles et Liège ainsi qu'à ImagiMons (respectivement 79 % et deux fois 78 %), tandis qu'il descend à 72 % à l'UGC de Brouckère, à 71% à ImagiBraine et 53% à UGC Toison d'or.

Au total des sept multiplexes en Communauté française, la part de marché moyenne du cinéma américain s'établit à 75 %, celle du cinéma européen à 18 %, celle des coproductions euro-américaines à 7 %.

PART DE MARCHÉ OBTENUE PAR LES CINÉMATOGRAPHIES EUROPÉENNE ET ÉTATS-UNIENNE DANS LES MULTIPLEXES DE WALLONIE-BRUXELLES



On voit se dessiner une **adaptation tendancielle du public à l'offre** de films proposée par les multiplexes : le modèle culturel et esthétique dominant — les films *made in USA* —, majoritaire en nombre de films programmés, devient encore davantage majoritaire en termes de succès public. Inversement, les films d'auteur marchent moins bien en multiplexe que dans les salles d'art et essai concurrentes. L'adaptation se révèle être une **adéquation structurelle**, gouvernée par les **mécanismes de distribution** et de **médiatisation** spécifiques des types de films proposés en multiplexes.

Palmarès 1999 des 20 plus gros succès dans chaque multiplexe

(en italiques, les films européens hors majors)
(en soulignées, les films Art & essai)

Carollywood : 1. The Mummy, 2. *Astérix et Obélix contre César*, 3. Star Wars episode one, 4. Tarzan., 5. The Matrix, 6. Deep blue sea 7. Notting Hill, 8. The Haunting, 9. Entrapment, 10. The world is not enough, 11. Enemy of State, 12. Wild wild west, 13. American Pie 14. Inspector Gadget, 15. Rush hour, 16. You've got mail, 17. Message in a bottle, 18. Runaway bride, 19. A Bug's life, 20. The General's daughter. (1^{er} 42.000 entrées, 20^e 10.000)

ImagiMons : 1. The Mummy, 2. *Astérix et Obélix contre César*, 3. Star Wars episode one, 4. The Matrix, 5. Tarzan, 6. Notting Hill, 7. Entrapment, 8. The Haunting, 9. Wild wild west, 10. American Pie, 11. Deep blue sea, 12. The world is not enough, 13. Message in a bottle, 14. Eight millimeter, 15. A Bug's life, 16. Enemy of State, 17. Payback, 18. Thomas Crown affair, 19. Rush hour, 20. The Ninth gate. (1^{er} 41.000 entrées, 20^e 11.000)

Kinépolis Liège : 1. *Astérix et Obélix contre César*, 2. Star Wars episode one, 3. The Mummy, 4. Notting Hill, 5. The Matrix, 6. Tarzan, 7. Entrapment, 8. You've got mail, 9. American Pie, 10. A Bug's life, 11. Enemy of State, 12. The world is not enough, 13.

Message in a bottle, 14. The Haunting, 15. Deep blue sea, 16. Rush hour, 17. Wild wild west, 18. Thomas Crown affair, 19. La vita e bella, 20. Runaway bride. (1^{er} 57.000 entrées, 20^e 17.000)

Kinépolis Brux. : 1. Star Wars episode one, 2. The Matrix, 3. The Mummy, 4. Notting Hill, 5. *Astérix et Obélix contre César*, 6. Enemy of State, 7. Tarzan, 8. Entrapment, 9. Shakespeare in love, 10. Rush hour, 11. La vita e bella, 12. You've got mail, 13. A Bug's life, 14. Airlington road, 15. Thomas Crown affair, 16. The world is not enough, 17. Payback, 18. Deep blue sea, 19. Message in a bottle, 20. Eight millimeter. (1^{er} 104.000 entrées, 20^e 31.000)

ImagiBraine : 1. Star Wars episode one, 2. Notting Hill, 3. The Matrix, 4. The world is not enough, 5. Tarzan., 6. *Astérix et Obélix contre César*, 7. The Mummy, 8. Entrapment, 9. Thomas Crown affair, 10. Shakespeare in love, 11. A Bug's life, 12. American Pie, 13. Enemy of State, 14. Wild wild west, 15. You've got mail, 16. The Haunting, 17. Message in a bottle, 18. Runaway bride, 19. Deep blue sea, 20. Mickey blue eyes (1^{er} 28.000 entrées, 20^e 7.000).

UGC de Brouckère : 1. Star Wars episode one, 2. *Astérix et Obélix contre César*, 3. Tarzan, 4. The Mummy, 5. Notting Hill, 6. Shakespeare in love, 7. The Matrix, 8. The world is not enough, 9. Enemy of State, 10. Entrapment, 11. Rush hour, 12. Thomas Crown affair, 13. Airlington road, 14. The Blair witch project, 15. The Prince of Egypt, 16. American pie, 17. You've got mail, 18. The haunting, 19. Eyes wide shut, 20. Wild wild west (1^{er} 35.000 entrées, 20^e 14.000)

UGC Toison d'Or : 1. Notting Hill, 2. Shakespeare in love, 3. *Todo sobre mi madre*, 4. *Une liaison pornographique*, 5. Star Wars episode one, 6. The Matrix, 7. La vita e bella, 8. The world is not enough, 9. Eyes wide shut, 10. Thomas Crown affair, 11. *Astérix et Obélix contre César*, 12. Tarzan, 13. *Rosetta*, 14. Analyse this, 15. *Central do Brasil*, 16. *Ghost dog*, 17. Entrapment, 18. You've got mail, 19. Enemy of State, 20. The thin red line (1^{er} 36.000 entrées, 20^e 11.000).

Le palmarès des 20 films à plus fortes entrées dans chaque multiplexe est éloquent : sur la nationalité des films, leur genre esthétique, l'importance des copies, sur l'absence de diversité entre multiplexes. À Kinépolis Bruxelles, on ne trouve aucun film qui n'ait été produit ou distribué par une major, sauf *Astérix* (lui-même mégaproduction) ; les 20 premiers classés sont sortis en moyenne sur pas moins de 63 copies nationales. Hors *Astérix*, le premier film **en français** n'occupe que la 67^e place, *Rosetta*. Même tendance à Kinépolis Liège : les 20 premiers classés sont sortis en moyenne sur 64 copies et, hors *Astérix*, le premier film en français est 43^e, *C'est pas ma faute*.

Le palmarès de l'UGC Toison d'or fait figure d'exception : deux films francophones belges s'y classent (*Une liaison pornographique* et *Rosetta*) ; c'est le seul multiplexe à offrir une telle visibilité à notre cinéma. Au-delà du score des films belges, le top 20 de l'UGC Toison d'or révèle un multiplexe fondamentalement atypique : 4 films européens aux quatre premières places, 6 européens dans le top 10, 9 dans le top 20. On y trouve aussi pas moins de 5 films d'Art & essai (cf. titres soulignés).

Par comparaison, le multiplexe UGC de Brouckère présente lui un profil plus banal : 3 films américains aux quatre premières places, 6 dans le top 10, 16 dans le top 20, et des films européens très grand public. Le top 20 des multiplexes wallons apparaît intégralement constitué de purs divertissements. Dans les **multiplexes de Bruxelles**, le meilleur score des films plus intellectuels semble devoir s'expliquer d'une part par des facteurs sociologiques (public urbain, plus aisé), d'autre part par la **programmation concurrentielle différenciée** qui s'est développée entre les deux multiplexes UGC et celui de Kinépolis, et qui se reflète dans les tops 20 contrastés. Au contraire, les différents **multiplexes wallons présentent une forte similitude** dans leur programmation comme dans leurs tops 20,

qui s'explique par le monopole de fait dont jouissent les multiplexes, implantés chacun au centre d'une sous-région.

Hollywood en version française

L'omniprésence des films américains sur les écrans des multiplexes wallons est facilitée par le fait que ces films sont présentés en version française¹³. Le doublage a pour double effet de rendre les films accessibles à la frange du public faiblement alphabétisée (jeunes pour qui la lecture rapide de sous-titres demeure un obstacle) et de favoriser son identification aux héros en acculturant le récit, l'histoire américaine perdant de son étrangeté.

À Bruxelles, au contraire, les films passent le plus souvent en V.O. sous-titrée bilingue français-néerlandais (les exploitants bruxellois préfèrent cette solution pour deux raisons : leur public plus aisé incline à l'habitus cinéphilique de la V.O. et ils visent la clientèle néerlandophone : de 10% à 20% dans les UGC, mais plus de 40% à Kinépolis).

Le rôle des pouvoirs publics

La germination des multiplexes s'est déroulée dans le cadre ordinaire, limitativement économique, qui régit en Belgique l'exploitation cinématographique en salle, sans que les pouvoirs fédéraux ne développent de réglementation particulière. **Contrairement à la France, l'Italie et la Grande-Bretagne**¹⁴, l'ouverture puis la multiplication des multiplexes ne s'est accompagnée d'aucune contrainte urbanistique ni cinématographique : pas de quotas de films européens, ni de régulation durable de la concurrence¹⁵

avec les salles existantes.

Pour sa part, le Ministère de la Communauté française Wallonie-Bruxelles (MCF) est exclusivement investi des missions d'ordre culturel, dont l'aspect économique se limite à de l'incitation : aide aux salles Art & essai, formation du spectateur, et surtout soutien à la production cinématographique locale, auquel est affecté l'essentiel du budget du secteur (de l'ordre d'un demi milliard de francs ; cf. numéros ultérieurs de *Faits et gestes*).

Sur la problématique des multiplexes, le MCF n'a pas été consulté par le Conseil fédéral de la concurrence, et n'a pas même été informé de l'existence des plaintes [cf. note 15].

Aujourd'hui, la décision d'autoriser l'ouverture d'un multiplexe revient exclusivement à la commune, qui trouve en l'affaire un intérêt économique direct puisqu'elle peut percevoir sur chaque ticket vendu une **taxe communale**, qu'elle fixe à son gré (10 % en moyenne dans les villes à multiplexes).

Cette taxe communale joue un rôle décisif dans la politique culturelle des communes. Compte tenu de la *clé de partage des recettes* d'une exploitation cinématographique, le montant de la taxe communale — 0% à La Louvière, 5% à Verviers mais 18,5% à Mouscron — influence directement la rentabilité et la survie des cinémas traditionnels de proximité, qui assument une fonction culturelle et sociale d'animation urbaine ou rurale.

La taxe est souvent nettement plus élevée en Wallonie qu'en Flandre : si elle n'est en moyenne que de 3% en province de Luxembourg, elle s'élève à **11%** dans les provinces de Hainaut, Liège et Namur. En Flandre, la taxe n'est que de **4%** en moyenne. En région bruxelloise, elle est de 10%. ■

- 1 Sauf mention contraire, tous les chiffres de l'étude se réfèrent à l'année 1999, dernière année complète pour laquelle des données étaient récoltables.
- 2 Les seuls chiffres officiels existant au plan fédéral (l'annuelle " *Statistique de l'exploitation des salles de cinémas* "), livrent pour l'ensemble du royaume, quelquefois par province, une série d'informations *typologiques* sur la fréquentation des salles de diverses jauges mais n'isolent pas la catégorie des multiplexes. De surcroît, l'INS ne donne aucune information sur la nationalité des films distribués, ni les distributeurs.
- 3 En chiffre d'affaire et en nombre d'actes de consommation, l'exploitation en salle est devenue moins importante que la **location/vente de vidéogrammes**.
- 4 Une carte géographique des cinémas en Communauté française figure dans le Dossier complet disponible sur demande. La Flandre est historiquement plus mal lotie en infrastructures de diffusion : elle possède le même nombre de cinémas que la Wallonie alors qu'elle est presque deux fois plus peuplée. En Flandre, les multiplexes totalisent 46% des écrans. La Wallonie, avec 6.954.292 spectateurs, représente 31% de la fréquentation nationale belge (22.509.819 spec. en 1999) et Bruxelles 21 % (4.734.290 spec.).
- 5 Le groupe flamand Kinépolis, aujourd'hui n°1 européen, est actionnaire majoritaire dans ImagiBraine (70%) et minoritaire dans ImagiMons (20%).
- 6 50 à 75 Mios \$ pour un budget production de 190 Mios \$. En France, pour un distributeur indépendant, une sortie classique s'élève à environ 120.000 €. *Taxi 2*, qui a battu le record du nombre de copies pour un seul film et le record de fréquentation, comptait sur un budget de 2 Mios euros.
- 7 qui s'obtient en divisant le nombre de tickets vendus annuellement par le nombre de sièges.
- 8 Le pourcentage varie pour chaque film, en fonction d'une négociation contractuelle entre le distributeur et l'exploitant. La loi ne fixe aucune échelle mais plafonne à 55% la part du distributeur. Les contrats commerciaux privés passés entre un exploitant et distributeur sont confidentiels mais aucun indice ne permet de croire que les distributeurs accorderaient des taux préférentiels aux multiplexes. Source : *Fédération des cinémas de Belgique*.
- 9 Un multiplexe élargit également la palette des recettes à la location de surfaces commerciales et à l'organisation d'" événements " pour entreprises (voir Dossier).
- 10 L'hétérogénéité linguistique de la Belgique pose un problème aux distributeurs indépendants : en Flandre les films sortent en V.O. sous-titrée en néerlandais (sous-titrage effectué aux Pays-Bas), en Wallonie ils sortent doublés en V.F. sauf dans les salles art et essai, à Bruxelles ils sortent principalement en V.O. doublement sous-titrée en français et en néerlandais. Il faut donc au minimum trois copies pour commencer à être présent sur chacun des marchés (sans compter la Communauté germanophone), les rotations avec sortie différée en province ne pouvant se pratiquer à l'échelle globale du pays. Quantité de films Art & essai ne sortent qu'en une seule copie ou en deux, leur rendement attendu, trop faible, ne permettant pas au distributeur de dépenser 60.000 francs pour le tirage de chaque copie supplémentaire (la diffusion de copies de seconde main rachetées en France ou en Suisse est rarissime).
- 11 états-unis pour la quasi-totalité, la cinématographie canadienne et sud-américaine se réduisant à quasi rien : un film brésilien.
- 12 Surtout Belga et Kinépolis distribution group (lequel distribue les films de la major Miramax).
- 13 Sauf à ImagiBraine.
- 14 La **Grande-Bretagne**, confrontée à la dévitalisation des centres urbains, impose désormais aux futurs multiplexes de prouver que leur implantation serait impossible en centre-ville. En **France**, la loi du 5/7/96 puis un décret du 9/9/1999 imposent aux multiplexes de conclure avec le Centre national du cinéma des **engagements de programmation** qui garantissent la diversité de leur programmation en prévoyant un pourcentage minimum de séances consacrées aux **films européens**, et en limitant la pratique de la **multi-programmation** (appelée en France *multidiffusion*) qui consiste à projeter le même film dans plusieurs salles d'un multiplexe. De même l'**Italie** (loi du 8/1/1998 et le décret du 29/9/1998) impose aux complexes cinématographiques de plus de 1.300 places de programmer un certain nombre de films italiens ou européens.
- 15 En 1997, lors de la fusion des groupes familiaux alliés Bert et Claeys en un seul super-groupe proche de l'hégémonie (la nouvelle société anonyme *Kinépolis groep n.v.* détenant déjà 54,8% des sièges dans les grandes agglomérations du pays), le **Conseil de la Concurrence** du ministère fédéral des affaires économiques avait rendu une décision interdisant à l'avenir au groupe Kinépolis d'acquiescer de nouvelles salles — ou d'augmenter dans un complexe son nombre de fauteuils de 20% ou plus, ou de prendre une participation dans un cinéma existant — sans avoir obtenu l'aval dudit Conseil de la concurrence (décision du 17/9/97 parue au *Moniteur belge* le 5/2/98). Peu de temps après, Kinépolis acheta 20% des parts d'ImagiMons et d'ImagiBraine sans consulter le Conseil. Une plainte fut déposée, qui n'a pas abouti. Enfin, en 2000, le Conseil a autorisé Kinépolis à racheter les 50% de parts détenues par la Société régionale flamande d'investissement GIMV dans ImagiBraine et à en devenir ainsi l'actionnaire majoritaire (70%).