

## DES SUPERPRODUCTIONS INTERNATIONALES AUX SUCCÈS NATIONAUX

### ANALYSE DE L'ENQUÊTE 2010 DE L'ISU SUR LES STATISTIQUES DES FILMS DE LONG MÉTRAGE

Ce bulletin a été préparé par Charles R. Acland, professeur et titulaire d'une chaire de recherche en communication à l'Université Concordia, en collaboration avec l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU).

Le cinéma est l'une des industries culturelles les plus lucratives et connues au monde. La technologie venant modifier la façon dont le cinéma est produit, distribué et consommé, jamais le besoin de données comparables n'a été aussi important pour comprendre l'impact de ces changements sur cette industrie et sur la culture contemporaine. L'enquête biennale de l'ISU sur les statistiques de films de long métrage<sup>1</sup> dresse un portrait unique d'une industrie en mutation, en mesurant la production, la distribution et la consommation mondiale afin d'établir des comparaisons entre les différents pays et contextes culturels et d'apporter un éclairage sur la diversité culturelle dans ce secteur.

#### 1. INTRODUCTION

Le cinéma national fait partie d'un marché international caractérisé par des flux transfrontaliers de talents et un circuit mondial de festivals et de prix. Aujourd'hui, les principaux changements technologiques de l'industrie mondiale du cinéma modifient les habitudes de production et de consommation. Dans ce contexte, ce bulletin présente un aperçu de la fracture géographique entre les pays qui produisent le plus de films et dominent la production et la consommation mondiales de films, et les plus petits marchés nationaux, qui n'en restent pas moins florissants.

Aujourd'hui, la plupart des films sont regardés en dehors des cinémas traditionnels et impliquent de plus en plus souvent d'autres formats que le celluloïd pour le tournage, le montage et la production.<sup>2</sup> Certains experts ont constaté une augmentation des formes culturelles « transmédias », dans lesquelles des personnages, décors et scénarios prennent forme dans des médias imprimés, cinématographiques et Web.<sup>3</sup> Les films de long métrage gardent une position centrale dans les projets transmédias, tout en devenant un format parmi d'autres. De plus, l'intégration transnationale croissante de certains pans de l'industrie des longs métrages (comme en témoigne la prééminence des coproductions internationales dans certaines régions) signifie bien que les définitions conventionnelles du « cinéma national » ne s'appliquent plus.

Au fil des années, l'enquête de l'ISU sur les statistiques de films de long métrage a été retravaillée afin de refléter les changements de l'industrie du cinéma. La version 2010 comprend des questions sur les longs métrages en format vidéo (Section 5 du questionnaire) ainsi que la télévision et la vidéo à la demande (Section 6). Le thème central de l'enquête reste les longs métrages destinés à une exploitation commerciale dans les cinémas, mais l'élargissement vise à restituer l'intégration croissante des films avec d'autres médias en termes de pratiques industrielles, de normes technologiques et de consommation du

<sup>1</sup> Un « film de long métrage » se définit comme un film dont la durée est égale ou supérieure à 60 minutes, destiné à une exploitation commerciale en salle. Pour plus de détails, se reporter au questionnaire de l'ISU sur les films de long métrage : <http://www.uis.unesco.org/UISQuestionnaires/Pages/Culture.aspx>

<sup>2</sup> Paul MacDonald et Janet Wasko, eds., *The Contemporary Hollywood Industry*, Oxford : Blackwell Publishing, 2008.

<sup>3</sup> Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York : New York University Press, 2006.

public. Ces ajouts sont des évolutions importantes pour l'enquête, bien que les réponses à ces sections ne soient pas assez complètes pour permettre d'établir à ce stade une discussion de fond.

Les données de l'ISU peuvent être utilisées à des fins d'analyses comparatives sur cinq ans, de 2005 à 2009<sup>4</sup>. Certaines difficultés empêchent toutefois de tirer des conclusions générales d'une analyse sur plusieurs années. La crise financière mondiale commencée en 2008 aux États-Unis a eu des répercussions dans le monde entier et a affecté de nombreuses industries, notamment le secteur audiovisuel. La dévaluation du dollar américain, qui est l'unité monétaire de comparaison pour l'enquête de l'ISU, peut expliquer certaines différences d'une année à l'autre et ne permet guère d'analyser, par exemple, l'évolution du prix moyen du billet de 2008 à 2009. Le climat économique actuel, qui fait suite à la crise financière de 2008, est susceptible de représenter un état durable d'instabilité financière pour tous les pays, quels qu'ils soient. Dès lors, il est possible que les chiffres de 2009 constituent un point de référence valable pour l'activité future.

## 2. CARACTÉRISTIQUES DES 20 LONGS MÉTRAGES AYANT CONNU LE PLUS DE SUCCÈS A L'ÉCHELLE MONDIALE

La liste des 20 films ayant obtenu le plus de succès dans le monde est une mesure des préférences du public, qui classe les films par popularité d'après une note pondérée. Pour créer cette liste, dans le questionnaire de l'ISU, chaque pays devait relever les dix films de long métrage les plus populaires sur trois ans, de 2007 à 2009. La plupart des pays ont évalué la popularité sur la base du nombre d'entrées en salle, mais quelques-uns ont utilisé les recettes guichet brutes.

Le **Tableau 1** regroupe les 20 films les plus populaires pour chacune des trois années, avec leur note pondérée, le film classé en première place recevant un « 10 » et le dixième un « 1 ». Les notes pondérées des 20 films ayant obtenu le plus de succès vont de 450 (*L'Âge de glace 3 : Le Temps des dinosaures*) à 18 (*Madagascar 2*) en 2009 ; de 254 (*Kung Fu Panda*) à 20 (*Chroniques d'Erzebeth*) en 2008 ; et de 374 (*Pirates des Caraïbes : Jusqu'au Bout du Monde*) à 13 (*Moi qui ai servi le roi d'Angleterre*) en 2007. La note la plus haute montre le degré de similarité entre les pays pour les films les plus populaires de l'année. Ce sont les films de long métrage regardés par la plus large audience à l'international.

Par contre, la dégradation rapide de la note des films en vingtième position indique un niveau élevé de diversité des préférences du public, même pour les films les plus populaires. En 2007, il a suffi que *Moi qui ai servi le roi d'Angleterre* occupe la deuxième place en République tchèque et la septième en Slovaquie pour obtenir une note suffisante pour figurer parmi les 20 films ayant obtenu le plus de succès dans le monde.

Les caractéristiques sont différentes chaque année. Les tableaux de 2007 et 2009 montrent des notes relativement hautes pour les trois premiers films alors qu'en 2008, les six premiers avoisinent les 200. À l'opposé, plus bas dans le classement, pour les films de long métrage populaires et/ou moins bien classés dans moins de pays, les notes pondérées chutent vertigineusement. En 2009, les notes passent de 154 pour *Transformers 2 : La Revanche* (n° 8) à 64 pour *Slumdog Millionaire* (n° 9); en 2008, elles chutent de 223 pour *Indiana Jones et le Royaume du Crâne de Cristal* (n° 6) à 121 pour *Hancock* (n° 7); et en 2007, on observe une rupture entre la note de 83 pour *300* (n° 9) et 50 pour *La Nuit au musée* (n° 10).

<sup>4</sup> L'enquête 2010 de l'ISU a couvert 115 pays (55 %). Cf. carte du taux de couverture, graphiques et informations complémentaires sur l'enquête en **Annexe I**.

**TABLEAU 1. 20 FILMS DE LONG MÉTRAGE AYANT OBTENU LE PLUS DE SUCCÈS DANS LE MONDE, 2007-2009**

2007						
Classement	20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès	Origine	Type	Langue	Notes pondérées	Suite/franchise *
1	Pirates des Caraïbes : Jusqu'au Bout du Monde	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	374	Oui
2	Harry Potter et l'Ordre du Phénix	GBR/USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	333	Oui
3	Shrek le troisième	USA	Animation - Famille	Anglais	290	Oui
4	Spider-Man 3	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	239	Oui
5	Ratatouille	USA	Animation - Famille	Anglais	197	Non
6	Les Simpson - le film	USA	Animation - Famille	Anglais	166	Oui
7	Transformers	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	131	Oui
8	Les Vacances de Mr. Bean	GBR/FRA/DEU/USA	Fiction - Comédie	Anglais	98	Oui
9	300	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	83	Non
10	La Nuit au musée	USA	Fiction - Famille	Anglais	50	Oui
11	Die Hard 4 - Retour en enfer	USA/GBR	Fiction - Action/Aventure	Anglais	43	Oui
12	Rush Hour 3	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	28	Oui
13	La Vengeance dans la peau	USA/GBR/DEU	Fiction - Action/Aventure	Anglais	26	Oui
14	Ocean's 13	USA	Fiction - Film dramatique	Anglais	21	Oui
15	Taxi 4	FRA	Fiction - Action/Aventure	Français	20	Oui
16	Les 4 Fantastiques et le Surfer d'Argent	USA/DEU/GBR	Fiction - Action/Aventure	Anglais	18	Oui
17	The Irony of Fate 2	RUS	Fiction - Comédie	Russe	17	Oui
18	Empties	CZE/GBR	Fiction - Comédie	Tchèque	16	Non
19	Je suis une légende	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	14	Non
20	Moi qui ai servi le roi d'Angleterre	CZE/SVK	Fiction - Comédie	Tchèque (allemand)	13	Non

2008						
Classement	20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès	Origine	Type	Langue	Notes pondérées	Suite/franchise *
1	Kung Fu Panda	USA	Animation - Famille	Anglais	254	Oui
2	Madagascar 2	USA	Animation - Famille	Anglais	237	Oui
3	Mamma Mia !	USA/GBR INC/DEU	Fiction – Comédie musicale	Anglais	237	Non
4	Quantum Of Solace	GBR INC/USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	233	Oui
5	The Dark Knight, Le Chevalier Noir	USA/GBR INC	Fiction - Action/Aventure	Anglais	228	Oui
6	Indiana Jones et le Royaume du Crâne de Cristal	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	223	Oui
7	Hancock	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	121	Non
8	Sex and the City	USA	Fiction - Comédie	Anglais	113	Oui
9	WALL·E	USA	Animation - Famille	Anglais	112	Non
10	La Momie : la Tombe de l'Empereur Dragon	USA/DEU	Fiction - Action/Aventure	Anglais	101	Oui
11	Iron Man	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	66	Oui
12	Astérix aux Jeux Olympiques	FRA/DEU/ ESP/ITA	Fiction – Famille	Français	61	Oui
13	Le Monde de Narnia : Chapitre 2 - Le Prince Caspian	USA/NZL INC	Fiction - Action/Aventure	Anglais	45	Oui
14	Voyage au centre de la Terre	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	42	Oui
15	Bienvenue chez les Ch'tis	FRA	Fiction - Comédie	Français	38	Non
16	The Irony of Fate 2	RUS	Fiction - Comédie	Russe	31	Oui
17	Wanted : choisis ton destin	USA/DEU/ RUS	Fiction - Action/Aventure	Anglais	27	Non
18	Je suis une légende	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	26	Non
19	Admiral	RUS	Fiction – Film dramatique	Russe	24	Non
20	Chroniques d'Erzabeth	CZE/SVK/ GBR/ HUN	Fiction – Film dramatique	Tchèque/anglais/slovaque	20	Non

2009						
Classement	20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès	Origine	Type	Langue	Notes pondérées	Suite/franchise *
1	L'Âge de glace 3 : Le Temps des dinosaures	USA	Animation - Famille	Anglais	450	Oui
2	Harry Potter et le Prince de sang mêlé	GBR INC/USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	334	Oui
3	2012	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais (tibétain, mandarin)	304	Non
4	Avatar	USA/GBR	Fiction - Action/Aventure	Anglais	302	Oui
5	Twilight - Chapitre 2 : tentation	USA	Fiction – Film dramatique	Anglais	197	Oui
6	Là-haut	USA	Animation - Famille	Anglais	188	Non
7	Anges et démons	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais (italien)	173	Oui
8	Transformers 2 : la Revanche	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	154	Oui
9	Slumdog Millionaire	GBR	Fiction – Film dramatique	Anglais (hindi)	64	Non
10	Very Bad Trip	USA/DEU	Fiction - Comédie	Anglais	57	Oui
11	Fast and Furious	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	43	Oui
12	Inglourious Basterds	USA/DEU	Fiction - Action/Aventure	Anglais	36	Non
13	La Proposition	USA	Fiction - Comédie	Anglais	32	Non
14	Terminator Renaissance	USA	Fiction - Action/Aventure	Anglais	31	Oui
15	Volt, star malgré lui	USA	Animation - Famille	Anglais	28	Non
16	Millénium : Les hommes qui n'aimaient pas les femmes	SWE/DNK/DEU	Fiction – Film dramatique	Suédois	28	Oui
17	Millénium 2 : La Fille qui rêvait d'un bidon d'essence et d'une allumette	SWE/DNK/DEU	Fiction – Film dramatique	Suédois	24	Oui
18	Michael Jackson's This Is It	USA	Documentaire	Anglais	23	Non
19	La Nuit au musée 2	USA	Fiction – Famille	Anglais	23	Oui
20	Madagascar 2	USA	Animation - Famille	Anglais	18	Oui

**Remarques :**

CZE : République tchèque

DEU : Allemagne

DNK : Danemark

ESP : Espagne

FRA : France

ITA : Italie

GBR : Royaume-Uni

HUN : Hongrie

NZL : Nouvelle-Zélande

RUS : Fédération de Russie

SVK : Slovaquie

SWE : Suède

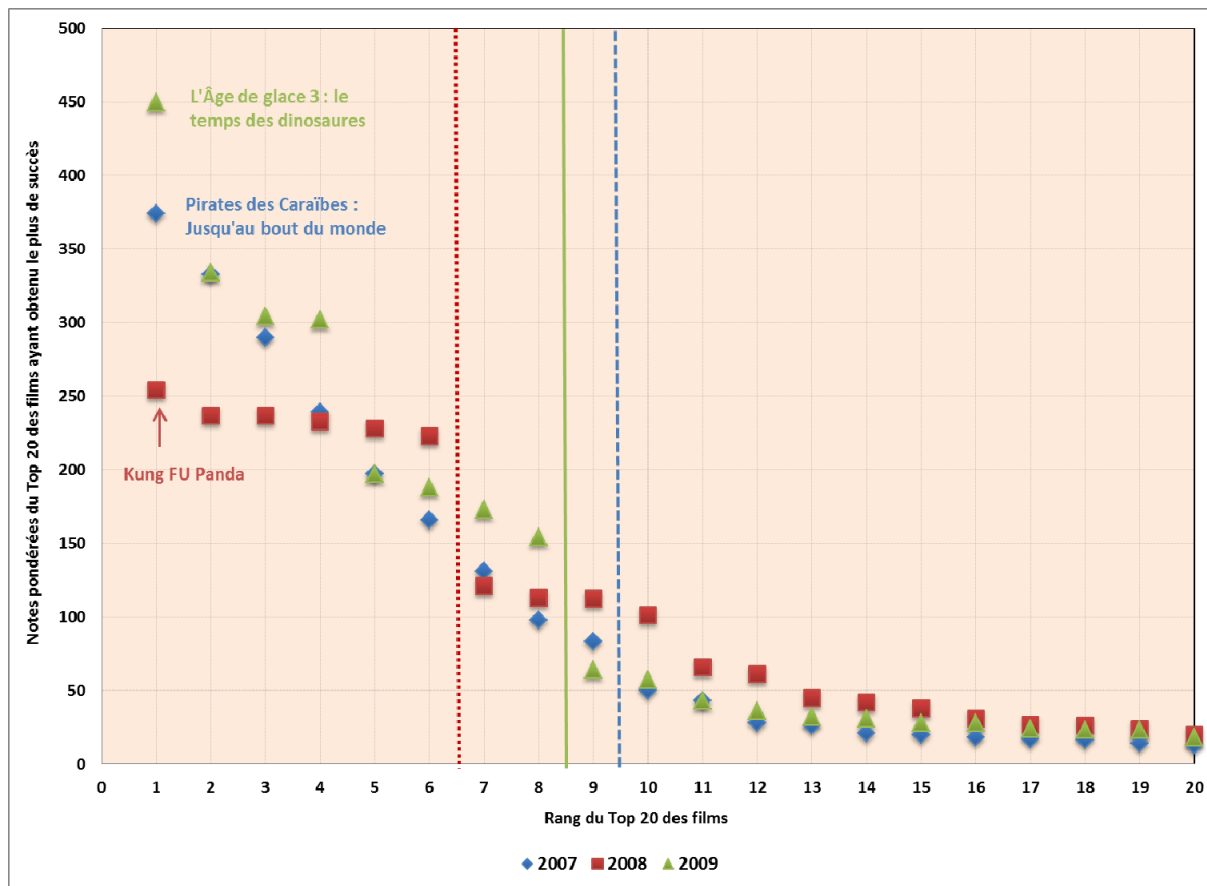
USA : États-Unis

\*: Pour les franchises, alors que de nombreux films sont liés à des marchandises ou à d'autres médias (livres, BD, etc.), seuls les titres dont la franchise s'étend à des productions télévisées ou cinématographiques sont inclus ici.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Le **Graphique 1** illustre la série de points de données après chaque rupture<sup>5</sup>.

### GRAPHIQUE 1. NOTES DES 20 FILMS DE LONG MÉTRAGE AYANT OBTENU LE PLUS DE SUCCÈS, 2007-2009



Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Le classement des 20 films ayant obtenu le plus grand succès montre à la fois la concentration de la popularité autour des superproductions du haut de la liste et une diversité croissante des films entre les différents pays dans le bas de la liste. Les films classés après le vingtième rang sont généralement des titres nationaux ou régionaux.

L'**Annexe II** regroupe les données sur l'origine des films de long métrage selon le nombre d'apparitions dans les listes des 10 films ayant obtenu le plus de succès dans les différents pays en 2009<sup>6</sup>. Contrairement au classement pondéré des 20 films ayant obtenu le plus de succès dans le monde, et sans tenir compte de leur popularité relative, l'Annexe II indique simplement l'étendue et la variété des films populaires pour cette année. Elle présente un niveau de la culture cinématographique populaire propre à chaque pays, par opposition aux films exploités à travers le monde et partagés par les amateurs de cinéma de nombreux pays.

<sup>5</sup> Les ruptures pour chaque année se caractérisent par une ligne de leur couleur respective.

<sup>6</sup> Veuillez consulter le Centre de données de l'ISU pour obtenir la liste complète des titres <http://stats.uis.unesco.org/unesco/tableviewer/document.aspx?FileId=519>

## PAYS ET LANGUE DES 20 FILMS AYANT OBTENU LE PLUS DE SUCCÈS

Le Graphique 1 montre que 23 films de long métrage (9 en 2007, 6 en 2008 et 8 en 2009) situés avant la première rupture pour chaque année sont soit originaires des États-Unis, soit y ont été coproduits. En revanche, certains films apparaissant après les ruptures proviennent d'autres pays (République tchèque, Danemark, Hongrie, Italie, Nouvelle-Zélande, Fédération de Russie, Slovaquie, Espagne et Suède) et sont dans d'autres langues (tchèque, français, russe et suédois).

Cette diversité linguistique contraste avec les films de long métrage situés avant la rupture des points de données, qui sont tous en anglais, à l'exception d'une partie des films comme *Anges et démons* (italien), *Slumdog Millionaire* (hindi), et l'épopée multilingue *2012* (tibétain, mandarin, français, italien, portugais, hindi et latin). Curieusement, l'un des films les plus populaires en 2009, et qui éventuellement deviendra le succès du box office ayant généré le plus de recettes, est le film de science-fiction *Avatar*, en partie dans une langue inventée. La même année, les films les plus populaires dans le monde étaient en suédois : *Millénium (Les hommes qui n'aimaient pas les femmes)* et *Millénium 2 (La Fille qui rêvait d'un bidon d'essence et d'une allumette)*. En résumé, malgré la présence d'autres langues dans le bas de la liste, l'anglais domine parmi les films de long métrage les plus populaires au monde pour les trois années.

De nombreux longs métrages utilisent un mélange des genres. Les films d'action, par exemple, peuvent cibler les enfants et intégrer des éléments dramatiques ou de comédie, voire les deux. Cela signifie que les classifications par genre ne sont pas définitives. Il reste toutefois intéressant d'identifier des caractéristiques dominantes et certaines tendances, à des fins de comparaison. Le Tableau 1 montre que les genres les plus populaires tendent fortement vers l'action/l'aventure, avec près de la moitié des 20 films ayant obtenu le plus de succès dans cette catégorie (29 films sur la période de trois ans). Bien que cette catégorie soit large et que les films varient entre la comédie d'action *Rush Hour 3* et l'adaptation de bandes dessinées *The Dark Knight, Le Chevalier Noir*, ils partagent la même orientation vers l'action et le spectacle filmique, avec souvent des effets spéciaux ultramodernes. Le film familial, qu'il s'agisse d'un film d'animation ou d'action, vient ensuite, avec 13 films entre 2007 et 2009, suivi de la comédie (9), du film dramatique (7), de la comédie musicale (1) et du documentaire (1).

## LA PRÉDOMINANCE DES SUITES PARMIS LES 20 FILMS AYANT OBTENU LE PLUS DE SUCCÈS

Il convient de remarquer que la majorité des films classés parmi les 20 plus populaires sont des suites ou des franchises. Ce sont donc des produits dérivés de personnages et scénarios existants, c'est-à-dire qui ont déjà été filmés ou ont une présence dans d'autres médias (marchandises, bandes dessinées, romans ou autres formats d'images animées). En 2007, 15 des 20 films les plus populaires étaient des suites ou des franchises ; en 2008 12, et en 2009 13, ce qui représente au total 67 % des films. Si l'on considère les 23 films ayant obtenu le plus de succès, les suites et franchises atteignent 78 %.

Les œuvres sous franchises ont récemment pris le nom de biens « transmédiatiques ». Ce sont avant tout les grands groupes médiatiques internationaux qui sont en mesure de réaliser de telles œuvres et d'exploiter leur popularité sur le long terme. Les entités comme Comcast, Disney, Fox, Sony, Time-Warner et Viacom possèdent des participations dans différents médias, en plus de leurs unités cinématographiques. Elles peuvent prendre le risque d'investir lourdement, notamment en termes de production et de promotion, avec des budgets qui, pour un seul film, dépassent les dépenses cinématographiques correspondantes dans la majorité des pays, et peuvent supporter des pertes pour un format médiatique (long métrage de cinéma) dans l'espoir de recueillir des profits grâce à la distribution dans d'autres formats (DVD ou autres marchandises).<sup>7</sup>

Certaines réserves doivent être émises. En effet, ces résultats illustrent la popularité dans les cinémas et ne tiennent pas compte des titres regardés en dehors des salles publiques et commerciales officielles. En d'autres termes, le classement des 20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès dans le monde reflète un mode de consommation cinématographique donné, dans un type d'endroit donné.

<sup>7</sup> Paul MacDonald et Janet Wasko, eds., *The Contemporary Hollywood Industry*, Oxford : Blackwell Publishing, 2008 ; Jennifer Holt et Alisa Perren, eds., *Media Industries: History, Theory, and Method*, Malden, MA : Wiley-Blackwell, 2009 ; Toby Miller, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, et Ting Wang, *Global Hollywood 2*, London : BFI Publishing, 2008.

### 3. PRODUCTION DE FILMS

Malgré le ralentissement économique mondial d'après 2008, la production mondiale de films de long métrage s'est intensifiée. Elle a ainsi augmenté de 27,8 % entre 2005 et 2009, et ce, malgré des niveaux de production relativement bas en 2007 et 2008 (cf. **Tableau 2**). En 2009, cinq pays affichaient un volume de production inégalé : l'Inde, le Nigéria, les États-Unis, le Japon et la Chine (par ordre décroissant), avec 54,4 % de la production mondiale (cf. **Tableau 3 et Graphique 2**).

**TABLEAU 2. PRODUCTION MONDIALE DE LONGS MÉTRAGES, 2005-2009**

	2005	2006	2007	2008	2009	
<b>Production mondiale</b>	5 658	6 255	7 071	7 083	7 233	
<b>Pays étudiés</b>	95	90	95	98	100	
<b>Part des 5 plus grands pays producteurs</b>	57,1%	56,1%	59,1%	54,8%	54,4%	
	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2005-2009	Moyenne 2005-2009
<b>Taux de croissance</b>	10,6%	13,0%	0,2%	2,1%	27,8%	6,5%

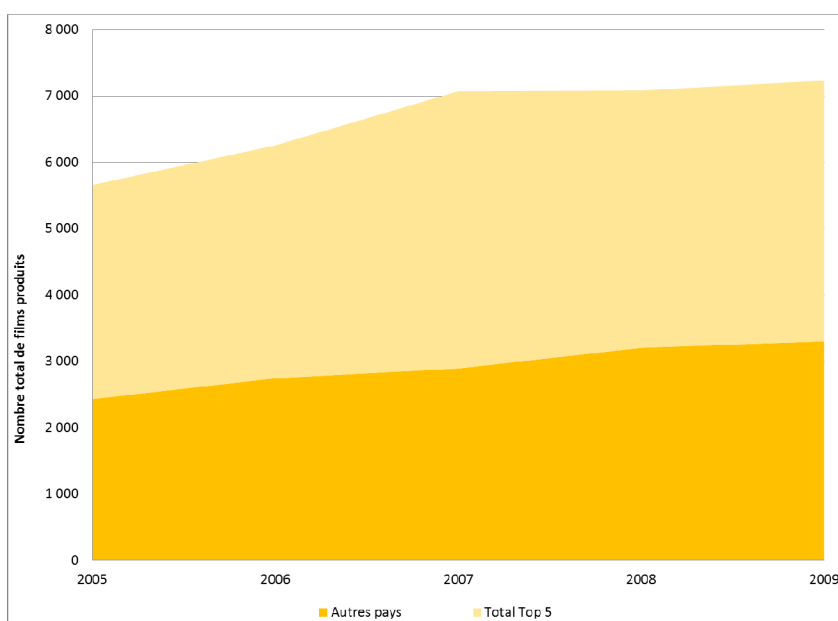
**TABLEAU 3. 5 PLUS GRANDS PAYS PRODUCTEURS DE FILMS, 2005-2009**

2005		2006		2007		2008		2009	
Inde	1 041	Inde	1 091	Nigéria	1 559	Inde	1 325	Inde	1 288
Nigéria	872	Nigéria	1 000	Inde	1 146	Nigéria	956	Nigéria	987
États-Unis	699	États-Unis	673	États-Unis	656	États-Unis	759*	États-Unis	734*
Japon	356	Japon	417	Chine	411	Chine	422	Chine	475
Chine	260	Chine	330	Japon	407	Japon	418	Japon	448

\*Rupture dans la série de données en raison d'un changement de méthodologie ; non comparable avec les séries de données précédentes.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

**GRAPHIQUE 2. PART DES 5 PLUS GRANDS PAYS PRODUCTEURS DE FILMS AU MONDE, 2005-2009**

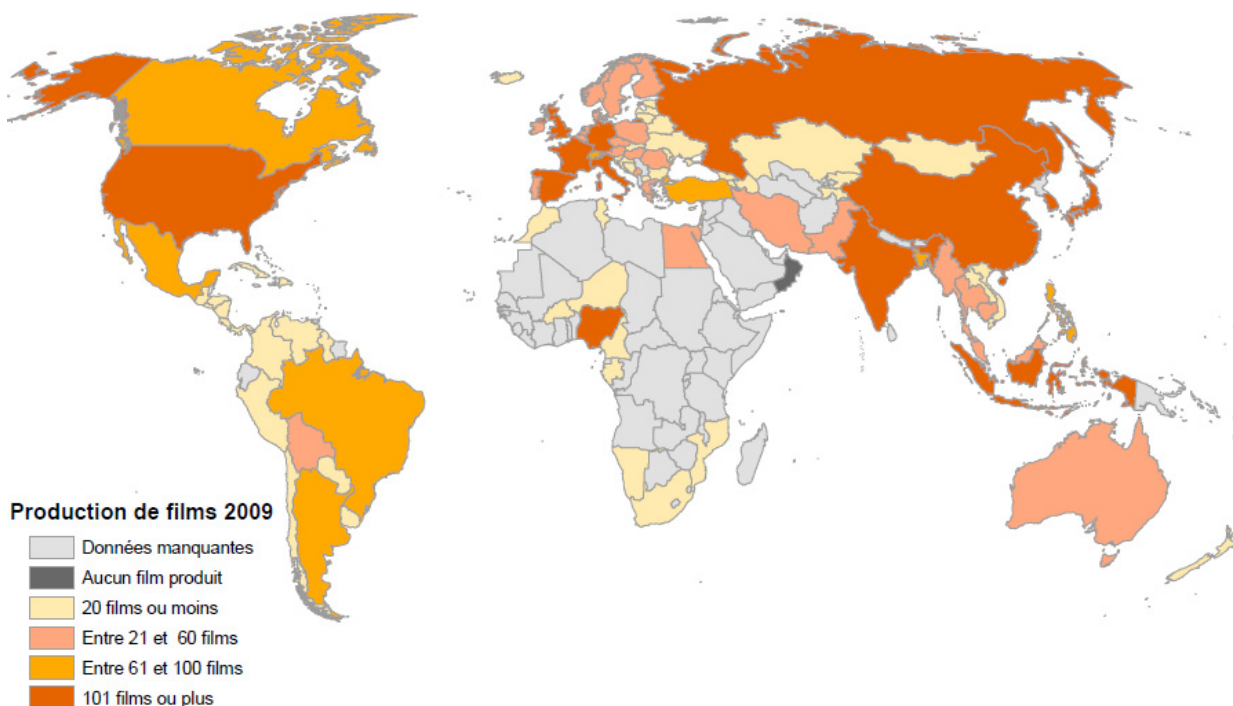


Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.



Dans le **Graphique 3**, la carte mondiale de la production de films de long métrage met en évidence la forte concentration de cette activité dans un nombre limité de pays. Il convient de noter que les données à l'échelle nationale masquent l'irrégularité géographique de la production au sein des pays. Certaines villes ou régions sont des centres de production, avec une concentration très disproportionnée d'infrastructures et de talents (Hollywood en est le parfait exemple). Le cas du Nigéria témoigne des contradictions de la carte. Bien que de nombreux pays de la région n'aient pas fourni de données pour l'enquête, la majorité des productions d'Afrique subsaharienne sont originaires du Nigéria, ce qui en fait un pôle de production pour tout le continent. Ce pays s'est spécialisé dans un certain style de vidéo, populaire dans la région. Le Nigéria mérite le néologisme qui s'est appliqué à son industrie cinématographique : Nollywood.

### GRAPHIQUE 3. CONCENTRATION DE LA PRODUCTION DE FILMS, 2009



Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

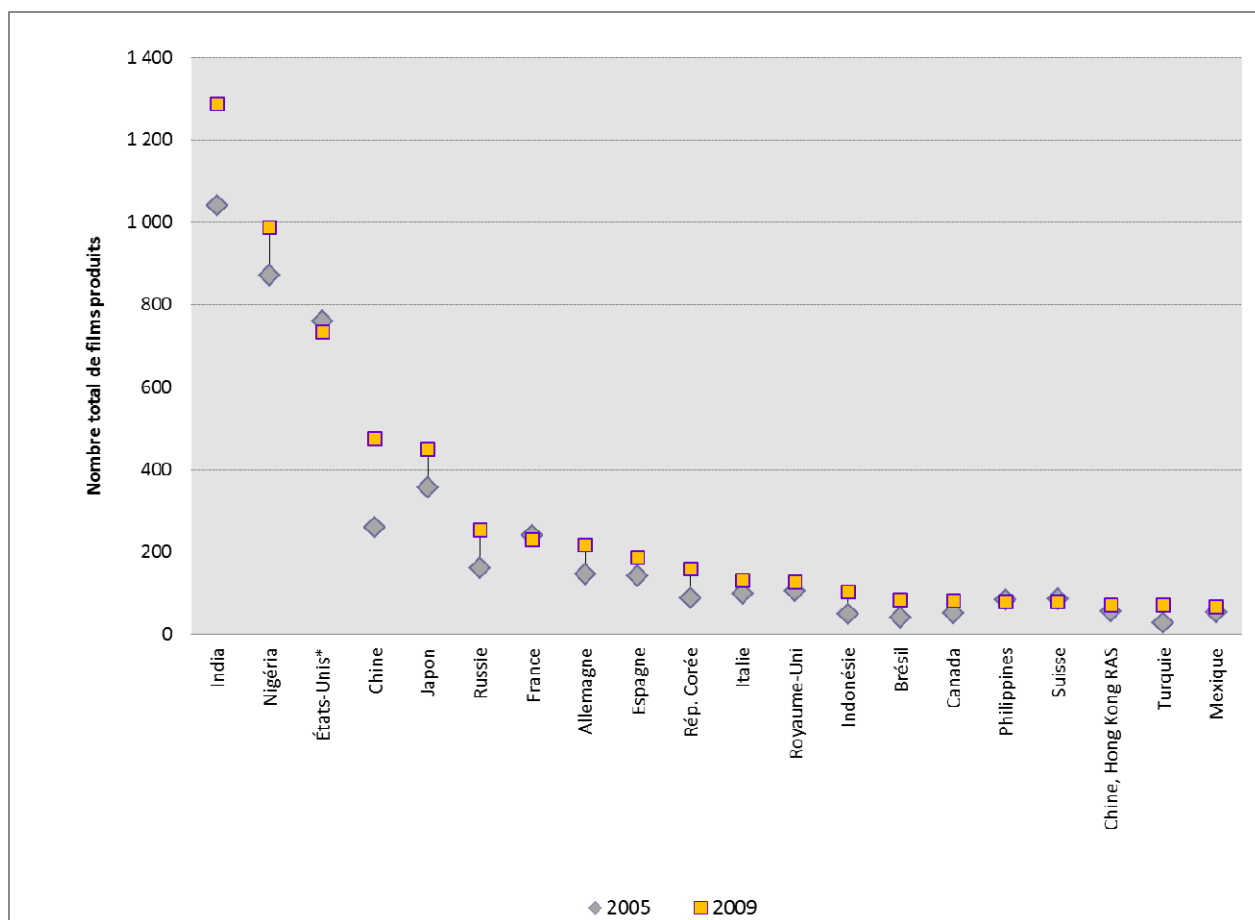
La Chine a enregistré une forte croissance de sa production en 2009, en doublant quasiment le nombre de sorties par rapport à 2005 (260 films contre 475 (cf. **Graphique 4**). De même, le premier producteur au monde, l'Inde, a connu une hausse de 24 % (de 1 041 en 2005 à 1 288 en 2009), et la production allemande a augmenté de 48 % (de 146 en 2005 à 216 en 2009). En Fédération de Russie, la production a progressé de 57 % (de 161 en 2005 à 253 en 2009).

Parmi les autres augmentations conséquentes dans les pays à moindre production, on trouve la République de Corée (hausse de 82 %, de 87 en 2005 à 158 en 2009), le Brésil (qui a plus que doublé sa production, de 40 films en 2005 à 84 en 2009), l'Indonésie (qui a aussi plus que doublé sa production, de 50 films en 2005 à 102 en 2009), le Canada (progression de 56 % de 52 en 2005 à 81 en 2009), l'Italie (hausse de 34 %, de 98 en 2005 à 131 en 2009) et l'Espagne (augmentation de 31 %, de 142 en 2005 à 186 en 2009).

La France, malgré un volume de production important, a enregistré un léger déclin entre 2005 et 2009, passant de 240 films à 230.

Le deuxième pays, par niveau de production, était le Nigéria, où les films sont produits exclusivement en format vidéo. La production a grimpé de 872 films en 2005 à 987 en 2009, pourtant en recul par rapport à 2007, la seule année où le Nigéria a été le premier producteur mondial avec 1 559 films.

**GRAPHIQUE 4. CLASSEMENT DES 20 PLUS GRANDS PRODUCTEURS DE FILMS DE LONG MÉTRAGE, 2005-2009**



\* Les données sur les États-Unis concernent 2008 - 2009.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Les chiffres sur la production ne disent rien sur la façon dont de nombreux films ont été distribués en salle. Cependant, avec l'évolution de la fréquentation des salles de cinéma, on peut supposer que de plus en plus de films utilisent les autres plateformes de distribution (par ex. la télédiffusion, la télévision câblée et les sortie directement au format DVD). Le secteur relativement solide de la production tend vers un éloignement de l'exploitation des films de long métrage dans des multiplexes traditionnels et des salles de cinéma conventionnelles vers des formes d'exploitation et de consommation culturelle plus larges.

La mesure de l'activité de production sur la base du nombre de films de long métrage réalisés a pour conséquence de favoriser les plus grands pays. Pour cette raison, il est intéressant d'observer la liste des plus grands producteurs par habitant (cf. **Tableau 4**), qui montre quant à elle que certains petits pays contribuent activement aux films de longs métrages à l'échelle internationale. L'Islande, par exemple, affiche le plus grand taux de production par habitant entre 2007 et 2009. Le Nigeria, l'un des plus grands producteurs au monde, est lui aussi présent dans ce classement par habitant, ce qui confirme son extraordinaire contribution au monde du cinéma.

**TABLEAU 4. CLASSEMENT DES 10 PLUS GRANDS PRODUCTEURS DE LONGS MÉTRAGES PAR HABITANT, 2007-2009**

	Films par habitant (pour 1 million d'habitants)	Films produits
<b>2009</b>		
Islande	38,0	12
Luxembourg	36,2	18
Maurice	14,7	19
Malte	12,0	5
Guyane	10,6	8
Suisse	10,5	80
Chine, RAS de Hong Kong	10,0	70
Estonie	8,9	12
Irlande	8,2	36
Chine, RAS de Macao	7,5	4
<b>2008</b>		
Islande	32,2	10
Luxembourg	26,7	13
Suisse	11,5	87
Irlande	9,0	39
Guyane	8,0	6
Chine, RAS de Hong Kong	7,7	53
Malte	7,3	3
Estonie	6,7	9
Nigéria	6,4	956
Norvège	6,3	30
<b>2007</b>		
Islande	29,4	9
Luxembourg	16,8	8
Suisse	11,6	87
Nigéria	10,6	1 559
Estonie	10,4	14
Chine, RAS de Hong Kong	7,3	50
Malte	7,3	3
Guyane	6,7	5
Norvège	5,7	27
Uruguay	5,7	19

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

## LE PRÉDOMINANCE DES COPRODUCTIONS

Les films coproduits bénéficient généralement de budgets supérieurs, dans la mesure où les producteurs ont accès à deux structures nationales de financement. Les traités de coproduction accèdent généralement à au moins deux publics nationaux, via les préventes de diffusion, l'assouplissement des exigences en matière de quotas ou la priorité donnée aux projets dont le sujet fait l'unanimité. Par conséquent, plus un pays s'engage dans des films coproduits à l'international, plus il participe au mouvement transnational des films de long métrage. Un nombre réduit de coproductions indique que le secteur des divertissements filmés se destine à un public national.

Dans la plupart des pays, les chiffres sur les coproductions internationales sont soit négligeables soit manquants, ce qui laisse à penser que la production et la consommation sont plutôt localisées. En 2009, pourtant, la plupart des films provenant des pays européens ont été coproduits. D'autres pays dépassent les 40 % de coproductions nationales, notamment : la Colombie, le Kirghizstan, la République démocratique populaire du Lao, le Liban, le Maroc et le Niger.

Trois pays font figure d'exception. L'Inde, le Nigéria et les États-Unis sont parmi les pays dont la production de films est la plus visible et la plus active et dont les sorties ont un potentiel à l'international. Pourtant, ces pays n'ont fourni aucune information sur leur activité de coproductions (Inde), n'ont indiqué aucune coproduction (Nigéria -probablement parce que ses productions vidéos à bas coût ne nécessitent pas de financement international), ou un faible niveau de coproduction (9 % aux États-Unis).<sup>8</sup>

L'indépendance de ces trois pays s'explique en partie par leur production de longs métrages très dynamique et leurs marchés nationaux très volumineux. Les perspectives de succès financier au niveau national étant relativement importantes, les bénéfiques en provenance des marchés internationaux ne constituent qu'un rendement supplémentaire. Les pays disposant d'un marché national plus restreint pour leurs films ont besoin d'accéder à des publics multiples via les coproductions, afin de rendre leurs films viables d'un point de vue financier.

## LES LANGUES DE PRODUCTION

Même s'il manque des données sur la langue dans certains pays clés comme le Brésil et la Chine, ces informations ont été recueillies pour 4 856 longs métrages en 2009. L'anglais, parlé dans un quart de l'ensemble des films (1 201 films), reste de loin la première langue de production. Le yoruba, parlé dans les productions nigérianes, arrive en deuxième position (540 films soit 11 %). Viennent ensuite l'espagnol (367 films soit 8 %), le français (300 films soit 6 %), le russe (253 films soit 5 %), et l'hindi (235 films soit 5 %). Ces langues représentent à elles six la majorité des films réalisés en 2009 (60 %).

Si l'on ne considère que les 20 films ayant obtenu le plus de succès dans le monde, l'anglais représente un pourcentage encore plus grand des films de la liste. On peut donc dire que l'anglais est la principale langue d'origine des films les plus visibles et disponibles dans la plupart des pays.

La montée des films multilingues est une évolution fascinante. Ils sont en partie le fruit des coproductions internationales et de l'attractivité internationale souhaitée pour les films. S'ils restent très minoritaires par rapport à l'ensemble du marché, les films multilingues représentent un pourcentage stable des productions : 0,9 % en 2007, 2008 et 2009 (cf. **Tableau 5**). Avec la pratique du doublage et du sous-titrage, les films ont depuis longtemps pu circuler entre différents contextes culturels. Néanmoins, l'émergence des films multilingues apporte une approche différente, en intégrant le contexte actuel des échanges culturels caractérisés par des flux transfrontaliers de personnes, de biens et de culture dans la structure narrative d'un film.

**TABLEAU 5. LA PRODUCTION DE FILMS DE LONG MÉTRAGE MULTILINGUES, 2007-2009**

	2007	2008	2009
Nombre total de films spécifiant la langue	5 030	4 820	4 856
Nombre total de films multilingues	43	45	46
<i>% de films multilingues</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,9%</i>
Pays étudiés	60	64	66

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

<sup>8</sup> Les données sur les coproductions aux États-Unis n'incluent pas les films dans d'autres langues que l'anglais. Dès lors, il est possible que le niveau de l'activité de coproduction soit supérieur à celui pris en compte.

#### 4. INFRASTRUCTURES CINÉMATOGRAPHIQUES

Le passage des anciennes projections sur support celluloïd au numérique<sup>9</sup> a constitué l'un des changements les plus frappants dans la technologie de diffusion des films ces dernières années. Cette transformation a cependant été inégale entre les pays, avec des variations dans les taux de passage aux écrans numériques (cf. **Tableau 6**).

Dans la plupart des pays, le prix du billet a été sensiblement supérieur en 2009 par rapport aux années précédentes. Cette inflation peut être en partie attribuée aux lourds investissements nécessaires au passage à la projection numérique. Depuis que cette enquête est menée, la vague de conversion au numérique 3D a fait flamber le prix du billet.<sup>10</sup> La conversion au numérique s'est progressivement imposée depuis 1999, les États-Unis, le Royaume-Uni, la Chine et la Corée ayant ouvert la voie.

Le nombre d'écrans numériques a plus que doublé entre 2007 et 2009. L'enquête de l'ISU montre que la conversion s'est faite rapidement dans environ 60 pays, répartis sur tous les continents. Cette tendance vers la conversion au numérique n'en reste pas moins irrégulière. En 2009, 63 % des écrans numériques se situaient dans trois pays seulement : les États-Unis, la Chine et la France.

**TABLEAU 6: ÉCRANS NUMÉRIQUES DANS LE MONDE, 2007-2009**

	2007	2008	2009
Écrans numériques dans le monde	6 956	9 456	16 074
Pays étudiés	58	67	65

**Remarque :** Les données de 2006 ne comprennent pas le pays disposant du plus grand nombre d'écrans à l'époque, à savoir les États-Unis, et donc ne donnent pas une image suffisamment précise pour permettre une comparaison.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Le nombre d'écrans par habitant indique que seule une minorité de pays compte un grand nombre d'écrans par habitant. En effet, entre 2005 et 2009, seuls 40 à 45 pays comptaient au moins deux écrans pour 100 000 habitants. Parmi les pays avec la densité d'écrans la plus élevée, seuls neuf comptaient au moins 10 écrans pour 100 000 habitants : l'Australie, l'Islande, l'Irlande, Malte, la Norvège, Saint-Kitts-et-Nevis, l'Espagne, la Suède et les États-Unis (cf. **Tableau 7**).

Les chiffres sur la fréquentation des salles de cinéma indiquent qu'aller au cinéma est un événement peu fréquent, qui n'arrive en moyenne que quelques fois par an, voire jamais (cf. **Tableau 14**). La rareté des écrans dans la plupart des pays, exception faite des neuf pays avec une haute densité d'écrans susmentionnés, confirme l'idée qu'aller au cinéma est un événement spécial. Dans ce contexte, le classement des 20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès dans le monde dévoile les genres de films jugés les plus adaptés à être vus dans le cadre d'une salle de cinéma, qui est relativement rare.

Le manque d'écrans associé à la rare fréquentation est en contradiction avec la progression du nombre de films produits, tel que constaté ci-dessus. Dans l'ensemble, ces chiffres illustrent la séparation entre la production de longs métrages et la consommation de films au cinéma. L'environnement de projection publique devient de plus en plus un lieu privilégié, distinct des autres occasions et situations dans lesquelles la plupart des longs métrages sont regardés.

<sup>9</sup> Les projecteurs numériques inclus dans l'enquête de l'ISU nécessitent une résolution minimale de 1,3 K, avec un appareil d'imagerie de 1 280 pixels de large par 720 ou 1 024 pixels de haut.

<sup>10</sup> Paul MacDonald et Janet Wasko, eds., *The Contemporary Hollywood Industry*, Oxford : Blackwell Publishing, 2008.

**TABLEAU 7. PAYS AVEC UN MINIMUM DE 10 ÉCRANS PAR 100 000 HABITANTS, POPULATION DE 5 À 79 ANS, 2005-2009**

Au moins 10 écrans par habitant (100 000 habitants), de 5 à 79 ans			
2005		2007	
Islande	16,9	Islande	15,7
États-Unis	14,3	États-Unis	14,9
Suède	12,0	Suède	11,5
Espagne	11,2	Irlande	11,1
Malte	11,1	Malte	11,0
Norvège	10,5	Espagne	10,7
Irlande	10,3	Australie	10,2
2006		2008	
Islande	17,0	Saint-Kitts-et-Nevis	15,3
États-Unis	14,3	États-Unis	14,8
Suède	12,0	Islande	14,8
Irlande	10,9	Irlande	11,2
Espagne	10,8	Malte	11,0
Malte	10,8	Suède	10,4
Norvège	10,3	Australie	10,2
		Espagne	10,2
		2009	
		Saint-Kitts-et-Nevis	15,1
		États-Unis	14,5
		Islande	14,2
		Irlande	11,2
		Malte	11,0
		Suède	10,3
		Australie	10,1

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

## LE NOMBRE DE MULTIPLEXES RESTE LIMITÉ

Depuis le début des années 90, la prolifération des multiplexes (au moins 8 écrans) et cinémas multi-écrans (de 2 à 7 écrans), un phénomène américain avant tout, n'a cessé de susciter de vifs débats dans les autres pays.<sup>11</sup> Cependant, les résultats de l'enquête montrent que 20 ans plus tard, les circuits multiplexes ne se sont imposés que dans un nombre relativement faible de pays. Comme indiqué dans les **Tableaux 8 et 9**, les États-Unis, où se sont implantés les premiers multiplexes, continuent d'afficher le plus grand nombre.

Entre 2006 et 2009 (cf. *Tableau 8*), le nombre de cinémas comptant de 2 à 7 écrans était trois fois plus élevé aux États-Unis qu'en Allemagne, pays qui arrive en deuxième place (avec une moyenne de 2 229 cinémas contre 744). Sur la même période, les pays suivants ont indiqué plus de 100 cinémas multi-écrans : la France, l'Italie, l'Espagne, le Brésil, le Royaume-Uni, le Venezuela, le Mexique, la Turquie, les Pays-Bas, les Philippines et l'Australie.

<sup>11</sup> Charles R. Acland, *Screen Traffic: Movies, Multiplexes, and Global Culture*, Durham, NC : Duke University Press, 2003.

Le Tableau 9 montre que les États-Unis comptent aussi le plus grand nombre de multiplexes avec au moins huit écrans, avec une moyenne de 2 278 multiplexes sur quatre ans (2006-2009). Ce chiffre est plus de huit fois supérieur à celui du pays suivant, le Mexique, qui affiche une moyenne sur quatre ans de 280 multiplexes. Sur la même période, d'autres pays ont signalé plus de 100 grands multiplexes, en particulier : l'Australie, la France, l'Allemagne, l'Italie, la République de Corée, l'Espagne, le Royaume-Uni et le Venezuela.

**TABLEAU 8. PAYS AVEC PLUS DE 100 CINÉMAS MULTI-ÉCRANS (DE 2 À 7 ÉCRANS), 2006-2009**

	2006	2007	2008	2009	Moyenne
États-Unis	2 362	2 296	2 215	2 043	2 229
Allemagne	748	756	740	732	744
France	697	689	694	690	693
Italie	404	398	404	403	402
Espagne	393	...	...	...	393
Brésil	358	355	372	336	355
Royaume-Uni	...	265	265	267	266
Venezuela	...	242	233	273	249
Mexique	210	235	222	204	218
Turquie	189	...	...	...	189
Pays-Bas	119*	129*	129*	133	128
Philippines	124	...	...	...	124
Australie**	...	...	102	100	101

\* Données partielles.

\*\* Mesure de 4 à 6 écrans.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

**TABLEAU 9. PAYS AVEC PLUS DE 100 MULTIPLEXES (AU MOINS 8 ÉCRANS), 2006-2009**

	2006	2007	2008	2009	Moyenne
États-Unis	2 252	2 233	2 307	2 319	2 278
Mexique	260	253	277	331	280
République de Corée		210	223	236	223
Royaume-Uni	...	205	215	219	213
Espagne	180	...	...	...	180
France	152	158	165	170	161
Venezuela	...	140	140	141	140
Allemagne	134	136	140	138	137
Italie	101	108	113	119	110
Australie*	104	103	104	106	104

\* Mesure d'au moins 7 écrans.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.



## 5. LA CONSOMMATION DE FILMS AU CINÉMA

Les indicateurs du nombre d'écrans par habitant, d'écrans, de multiplexes, de la fréquentation en salle moyenne et du prix moyen du billet témoignent tous des différentes intensités de participation nationale à la consommation publique de films de long métrage. Si l'on prend en compte les formes variées sous lesquelles le public peut être touché par les films, la consommation uniquement dans les salles de cinéma est désormais une définition limitée de la contribution d'un pays à la diversité de l'expression culturelle à travers le monde. Bien que le classement des 10 films ayant obtenu le plus de succès dans les pays participants montre une variété de titres de films populaires dans les cinémas nationaux, la tête du classement des 20 films les plus populaires dans le monde laisse penser que les cinémas sont, dans l'ensemble, devenus des endroits où le public vient regarder des films à succès internationaux.

Le prix moyen du billet dans le monde montre une augmentation régulière, de 4,85 dollar américain par entrée en 2005 à 6,44 dollar américain en 2009 (cf. **Tableau 10**). Les pays qui se classent systématiquement et sensiblement au-dessus de la moyenne sont ceux dont le coût de la vie est le plus élevé. Ils affichent souvent les meilleurs taux de fréquentation (par ex. la plupart des pays européens, le Japon et l'Australie). L'augmentation régulière du prix du billet malgré le faible niveau de fréquentation des cinémas confirme le côté exceptionnel des sorties au cinéma

**TABLEAU 10. PRIX MOYEN DU BILLET DANS LE MONDE, EN DOLLAR AMÉRICAIN COURANT 2005-2009**

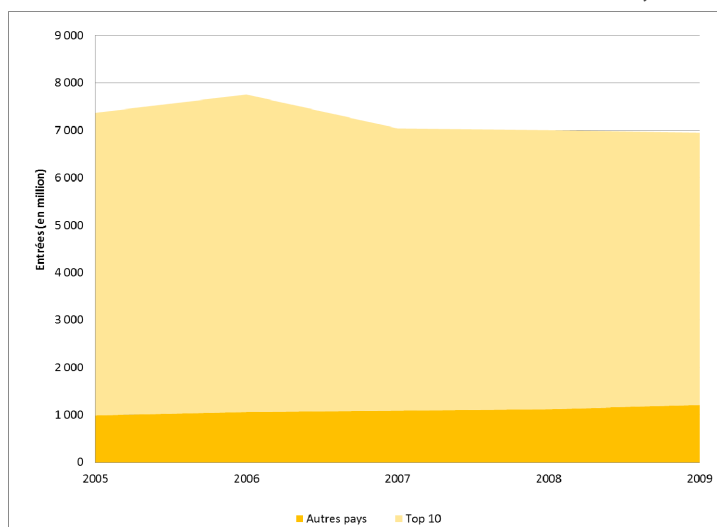
	2005	2006	2007	2008	2009
Prix moyen du billet	4,85	5,18	6,16	6,39	6,44
Pays étudiés	54	55	58	63	59

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Même si les variations peuvent en partie être attribuées au manque de données de la part de certains pays, les données sur les entrées dans le monde montrent une baisse de 5,7 % entre 2005 et 2009, ce qui représente un recul annuel moyen de -1,3 % (cf. **Graphique 5, Tableaux 11 et 12**). En Inde, qui représente le plus grand pourcentage des entrées dans le monde, les chiffres ont chuté de 22,6 % sur la même période. L'Espagne a subi une baisse de 13,8 %.

À l'opposé, d'autres pays avec les taux d'entrées les plus élevés ont affiché de légères augmentations. Par ailleurs, la Chine a connu une progression régulière de 67,8 % sur la même période, parallèlement à l'augmentation du nombre de cinémas (cf. **Tableau 13**). En proportion, les dix pays avec le taux d'entrées le plus élevé représentaient près de 87 % du total mondial en 2005 et 83 % en 2009. La fréquentation soutenue dans deux pays seulement, l'Inde et les États-Unis, suffit à former 70 % de l'ensemble des entrées dans le monde en 2005, et 62 % en 2009.

**GRAPHIQUE 5. ENTRÉES MONDIALES POUR LES 10 PREMIERS PAYS, 2005-2009**



Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.



TABLEAU 11. ENTRÉES TOTALES POUR LES 10 PREMIERS PAYS ET POURCENTAGE DU TOTAL MONDIAL, 2005-2009

Classement	2005		2006		2007		2008		2009	
1	Inde	3 770 000 000*	Inde	3 997 000 000*	Inde	3 290 000 000*	Inde	3 251 000 000*	Inde	2 917 000 000*
2	États-Unis	1 403 000 000	États-Unis	1 449 000 000	États-Unis	1 399 316 912	États-Unis	1 341 346 867	États-Unis	1 415 238 501
3	France	175 520 898	France	188 772 263	Chine	195 800 000	Chine	209 800 000	Chine	263 800 000
4	Royaume-Uni	164 700 000	Chine	176 200 000	France	178 168 096	France	190 081 537	France	201 142 290
5	Japon	160 452 000	Japon	164 584 000	Mexique	175 000 000	Mexique	182 000 000	Mexique	178 000 000
6	Chine	157 200 000	Royaume-Uni	156 560 402	Japon	163 190 000	Royaume-Uni	164 200 000	Royaume-Uni	173 500 000
7	Mexique	153 997 284	Mexique	154 283 256	Royaume-Uni	162 400 000	Japon	160 490 000	Japon	169 300 000
8	Rép. de Corée	145 600 000	Rép. de Corée	153 400 000	Rép. de Corée	158 770 000	Rép. de Corée	150 830 000	Rép. de Corée	156 960 000
9	Espagne	127 640 000	Allemagne	134 613 450	Espagne	116 930 692	Russie	118 000 000	Allemagne	135 600 000
10	Allemagne	126 234 617	Espagne	121 650 000	Allemagne	111 400 000	Allemagne	115 100 000	Russie	132 000 000
	<b>Entrées mondiales</b>	<b>7 369 925 156</b>		<b>7 757 508 474</b>		<b>7 043 068 559</b>		<b>7 006 527 010</b>		<b>6 948 916 820</b>
	<b>Total pour les 10 premiers pays</b>	<b>6 384 344 799</b>		<b>6 696 063 371</b>		<b>5 950 975 700</b>		<b>5 882 848 404</b>		<b>5 742 540 791</b>
	<b>Part des 10 premiers pays</b>	<b>86,6%</b>		<b>86,3%</b>		<b>84,5%</b>		<b>84,0%</b>		<b>82,6%</b>
	<b>Pays étudiés</b>	<b>72</b>		<b>73</b>		<b>72</b>		<b>74</b>		<b>72</b>

Remarque : (\*) Estimations de Focus Tendances du marché mondial du film, Observatoire européen de l'audiovisuel 2011.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

TABLEAU 12. TAUX DE CROISSANCE DES ENTRÉES, 2005-2009

	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2005-2009	Moyenne
Taux de croissance des entrées mondiales	5,3%	-9,2%	-0,5%	-0,8%	-5,7%	-1,3%
Taux de croissance des 10 premiers pays	4,9%	-11,1%	-1,1%	-2,4%	-10,1%	-2,4%
Taux de croissance des entrées mondiales (excluant l'Inde)	4,5%	-0,2%	0,1%	7,4%	12,0%	2,9%
Taux de croissance des 10 premiers pays (excluant l'Inde)	3,2%	-1,4%	-1,1%	7,4%	8,1%	2,0%

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

**TABLEAU 13. TAUX DE CROISSANCE DES PAYS AVEC LE PLUS GRAND NOMBRE D'ENTRÉES, 2005-2009**

	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2005-2009	Moyenne 2005-2009
Inde	6,0%	-17,7%	-1,2%	-10,3%	-22,6%	-5,8%
États-Unis	3,3%	-3,4%	-4,1%	5,5%	0,9%	0,3%
France	7,5%	-5,6%	6,7%	5,8%	14,6%	3,6%
Royaume-Uni	-4,9%	3,7%	1,1%	5,7%	5,3%	1,4%
Japon	2,6%	-0,8%	-1,7%	5,5%	5,5%	1,4%
Chine	12,1%	11,1%	7,2%	25,7%	67,8%	14,0%
Mexique	0,2%	13,4%	4,0%	-2,2%	15,6%	3,9%
Rép. de Corée	5,4%	3,5%	-5,0%	4,1%	7,8%	2,0%
Espagne	-4,7%	-3,9%	-7,8%	2,0%	-13,8%	-3,6%
Allemagne	6,6%	-17,2%	3,3%	17,8%	7,4%	2,6%
Russie	9,8%	14,4%	12,4%	11,9%	57,9%	21,3%

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

L'indicateur de fréquentation des salles de cinéma par habitant reflète également la tournure inhabituelle qu'a prise cette activité. D'après les données de 2006 et 2009, l'ensemble des pays qui à eux seuls formaient la majorité de la population mondiale affiche une fréquentation inférieure à un film par an (cf. *Annexe III*). Ces pays, incluant des zones géographiques très diverses, ont eu une moyenne inférieure à un film par an tels que: la Bulgarie, la Lettonie, la Lituanie, la Roumanie, la Fédération de Russie, la Turquie et l'Ukraine en Europe ; la Chine, l'Indonésie et les Philippines en Asie ; le Brésil, le Chili, la Colombie, Cuba, le Pérou et l'Uruguay en Amérique ; le Maroc et l'Afrique du Sud en Afrique.

Entre 2006 et 2009, seuls six pays présentaient une fréquentation d'au moins trois films par an (cf. *Tableau 14*) : l'Australie, la France, l'Islande, la République de Corée, Singapour et les États-Unis. En 2006, l'Irlande, l'Inde et l'Espagne sont venus s'ajouter à cette liste.

Dans tous ces pays où la fréquentation est soutenue, le secteur de la production cinématographique est dynamique et celui de l'exploitation a largement investi dans les écrans numériques de pointe. Mais le fait que les pays avec une fréquentation élevée soient si peu nombreux révèle à quel point la consommation publique de films dans un cinéma devient limitée.

**TABLEAU 14. FRÉQUENTATION PAR HABITANT POUR LES 10 PREMIERS PAYS (POPULATION DE 5 À 79 ANS), 2006-2009**

Classement	2006		2009	
1	Islande	5,6	Islande	5,8
2	Irlande*	5,5	États-Unis	5,2
3	États-Unis	5,4	Australie	4,6
4	Australie	4,4	Singapour	4,2
5	Inde	3,9	France	3,6
6	Singapour	3,8	République de Corée	3,5
7	République de Corée	3,5	Chine, RAS de Hong Kong	3,2
8	France	3,5	Royaume-Uni	3,2
9	Espagne	3,1	Norvège	3,0
10	Luxembourg	3,0	Luxembourg	2,9

**Remarque :** En 2006, l'Irlande figurait sur la liste en raison du succès exceptionnel du film irlandais *Le Vent se lève*.

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

Les données ne montrent pas les disparités internes au niveau national. La fréquentation en salle a tendance à être supérieure chez les populations urbaines, jeunes et aisées<sup>12</sup>. Elles témoignent cependant de la rareté des sorties au cinéma dans le monde entier. Les statistiques dévoilent aussi les cas atypiques des États-Unis et de l'Inde, où la population est nombreuse, la fréquentation en salle relativement élevée et les sorties au cinéma demeure une activité culturelle toujours viable.

En 2006, l'Inde affichait un nombre total d'entrées de 3 997 millions, soit plus de 2,5 fois le nombre d'entrées aux États-Unis. La même année, les États-Unis cumulaient 1 449 millions d'entrées, soit 7,7 fois plus qu'en France, qui, avec 188 millions d'entrées, suit dans le classement (*cf. Tableau 11*). En 2009, les États-Unis et l'Inde arrivent à nouveau en tête de la liste de la fréquentation. L'Inde reste n°1 en 2009, avec 2 917 millions, soit plus du double du nombre d'entrées aux États-Unis. Le nombre total d'entrées aux États-Unis (1 415 millions) était plus de cinq fois celui du pays suivant, à savoir la Chine, avec 264 millions d'entrées.

Les États-Unis se sont hissés en haut du classement de la fréquentation en salle par habitant en 2006 avec 5,4 films par an (*cf. Tableau 14*). L'Islande a connu la fréquentation la plus élevée en 2006 et 2009. L'Inde, avec une fréquentation en salle de 3,9 films annuels en 2006, arrive alors en cinquième place. En 2009, la fréquentation en salle atteignait 5,2 films par an aux États-Unis et 2,7 films en Inde.

Après les 10 premiers pays, on constate une baisse significative de la fréquentation par habitant, soit parce que la fréquentation est faible, soit parce que la population est peu nombreuse. Quelle que soit la raison, on peut en conclure que dans la plupart des pays du monde, aller au cinéma est assez peu présent culturellement. Seuls quelques acteurs constituent l'essentiel de l'activité.

Le Nigéria, qui n'a fourni aucun chiffre sur l'exploitation, manque à l'appel parmi les grands pays producteurs dont la fréquentation en salle est régulière. Comme indiqué précédemment, la consommation n'y a généralement pas lieu dans les cinémas. Au Nigéria, la norme est ce que l'on appelle communément des « lieux de projection alternatifs » comme les salles vidéo ou les télévisions collectives semi-privées.<sup>13</sup>

Dans tous les cas, le particularisme croissant des salles de cinéma au sein de la culture cinématographique indique que les situations de visionnage au format télévision, vidéo ou ordinateur (y compris les tablettes et smartphones) ne sont presque plus des « alternatives ». Les pratiques cinématographiques reposent de plus en plus sur une consommation localisée, à petite échelle, privée ou semi-privée et sous forme multimédia.<sup>14</sup> En d'autres termes, aller au cinéma n'est qu'une forme de participation à la culture cinématographique, et non la principale forme de participation culturelle des films de long métrage dans la plupart des pays du globe.

## 6. CONCLUSION

Les films franchisés en anglais, à gros budget et ultra médiatisés ne représentent qu'une strate ou un niveau de la culture cinématographique populaire mondiale : la moitié supérieure du classement des 20 films de long métrage ayant obtenu le plus de succès dans le monde. Cette moitié supérieure est produite et commercialisée par les plus grandes multinationales ; en outre, elle représente une norme internationale pour l'environnement exclusif et sélectif des salles de cinéma.

Il serait toutefois erroné de prétendre que la culture cinématographique se limite à cela. Il s'agit de la partie la plus visible, la plus largement partagée, mais les statistiques dévoilent également une sphère active plus localisée, propre à chaque pays, dans diverses langues et particulièrement appréciée en dehors des cinémas traditionnels.

<sup>12</sup> Toby Miller, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, et Ting Wang, , *London* : BFI Publishing, 2008.

<sup>13</sup> Brian Larkin, *Signal and Noise: Media, Infrastructure, and Urban Culture in Nigéria*, Durham, NC : Duke University Press, 2008.

<sup>14</sup> Barbara Klinger (2006) *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*, Berkeley : University of California Press.

Enfin, c'est un très petit nombre de pays qui dirigent l'industrie mondiale du cinéma. L'enquête de l'ISU sur les statistiques de films de long métrage dresse un portrait contrasté où un nombre restreint de pays correspondent aux attentes conventionnelles sur la culture cinématographique, c'est-à-dire une production dont les films sont consommés au cinéma par les populations nationales. Il faut reconnaître que les pratiques cinématographiques sont bien plus variées, grâce à la circulation internationale des films, la popularité mondiale de quelques titres, la popularité locale et nationale de bien d'autres titres, les formes de participations conjointes dans des films coproduits à l'international ou encore les nouvelles habitudes qui font du cinéma un endroit de consommation de films parmi d'autres, plus souvent dans un cadre familial ou privé. En conclusion, la culture cinématographique n'est pas en voie de disparition mais plutôt en train d'émerger sous la forme de différentes strates.

## Annexe I

### RÉPONSES ET COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DE L'ENQUÊTE, 2010

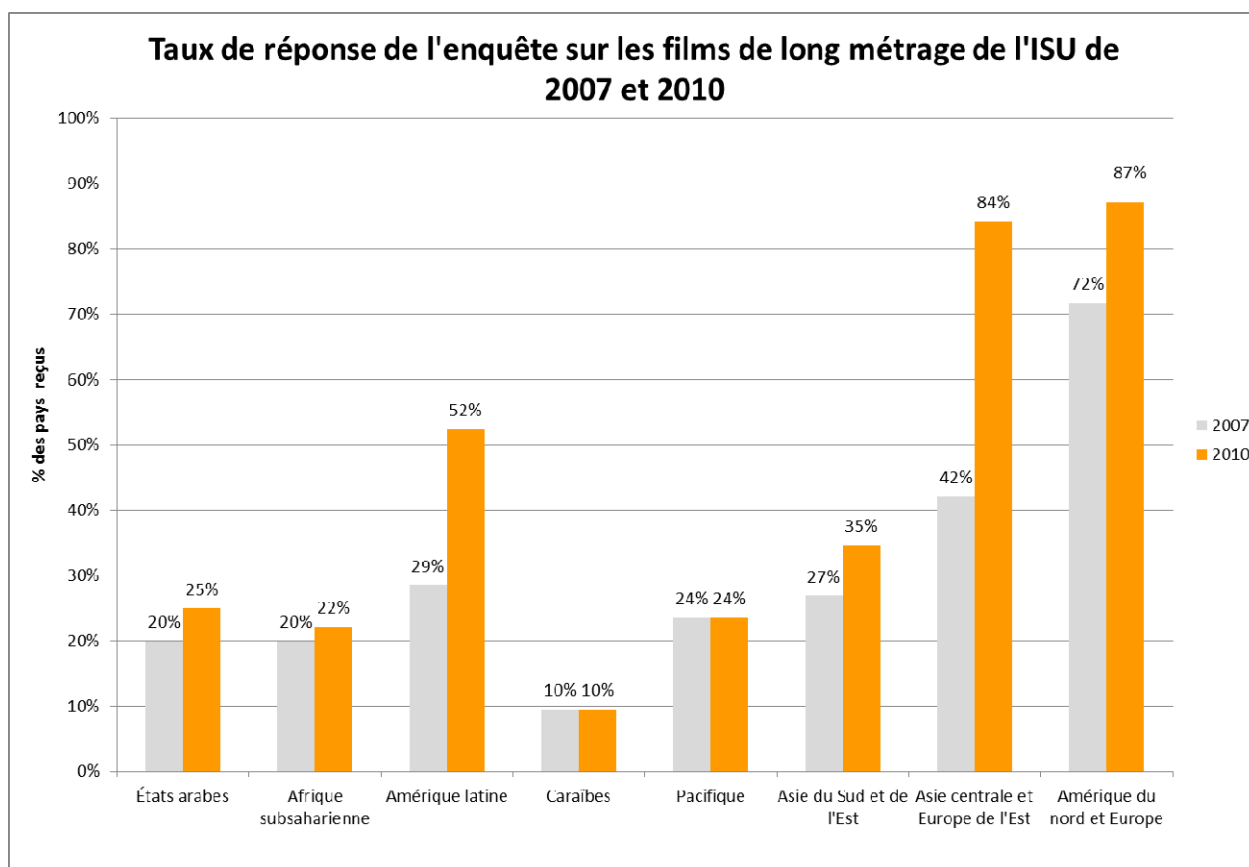
L'ISU a envoyé son enquête biennale sur les statistiques de films de long métrage à 208 pays en août 2010, en demandant à des institutions nationales, notamment les ministères de la culture, les offices des statistiques nationales et les commissions cinématographiques, de recueillir des informations pertinentes sur les films de long métrage nationaux en 2007, 2008 et 2009.

Le taux de réponse au questionnaire 2010 a été de 44 % (soit 91 pays), un chiffre en hausse par rapport à 2007, où 68 pays avaient répondu à l'enquête précédente, soit un taux de réponse de 33 %.

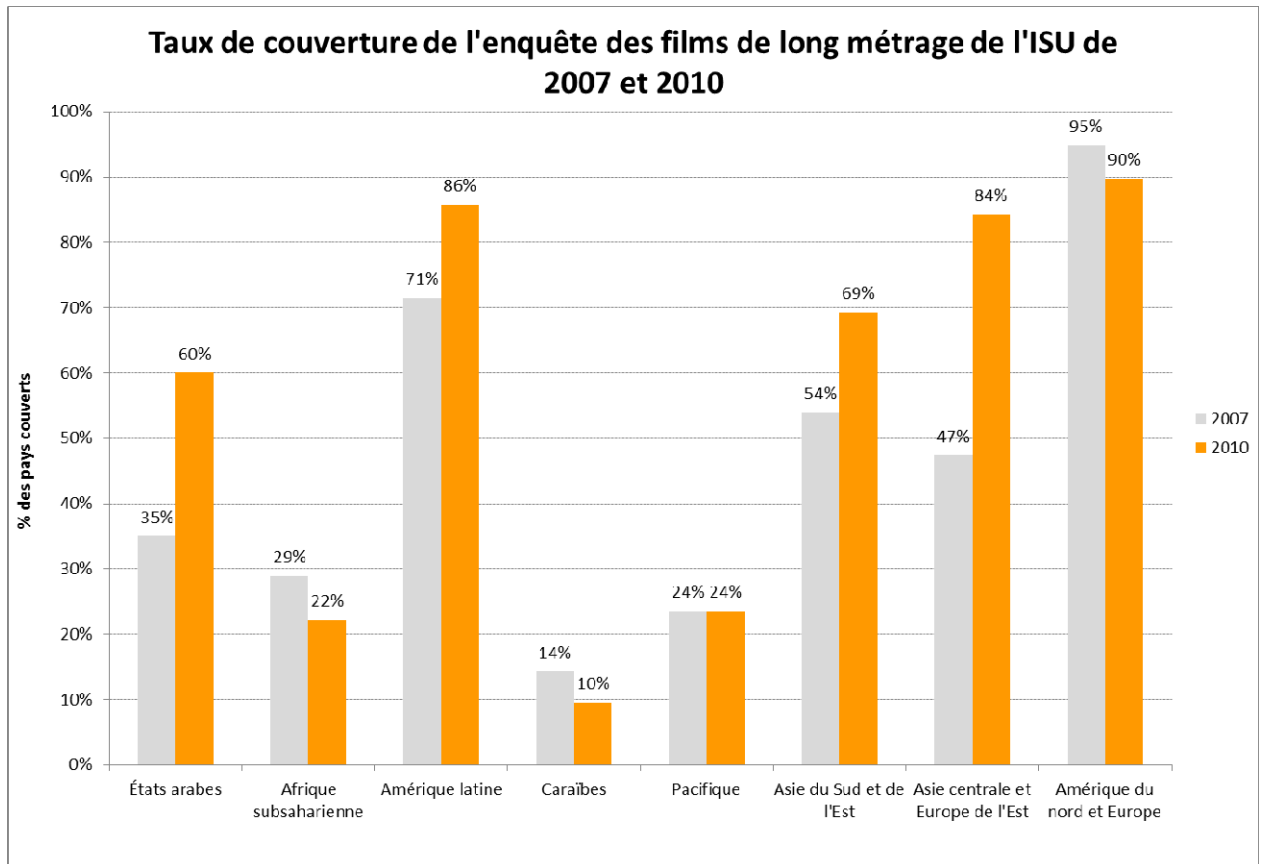
L'ISU vérifie et complète les questionnaires remplis en consultant les données publiées en ligne par les institutions nationales et régionales (par ex. l'Observatoire européen de l'audiovisuel).

En ajoutant les données complétées par l'ISU, l'enquête 2010 a couvert 115 pays, soit un taux de couverture de 55 %. Avec ces données supplémentaires, l'enquête 2007 couvrait 102 pays, soit un taux de couverture de 49 %.<sup>15</sup>

Entre 2007 et 2010, le taux de réponse des régions s'est amélioré, alors que la couverture des régions Caraïbes et Pacifique s'est maintenue aux taux relativement faibles de 10 % et 24 % respectivement. En Amérique latine, la couverture s'est considérablement étendue, passant de 29 % à 52 %, comme pour l'Asie centrale et l'Europe orientale, passées de 42 % à 84 %.



<sup>15</sup> ISU, « Fiche d'information n° 2: Analyse de l'enquête internationale de l'ISU sur les statistiques de films de long métrage », Institut de statistique de l'UNESCO, Montréal, 2009.



## Annexe II

### ORIGINE DES LONGS MÉTRAGES SELON LE NOMBRE D'APPARITIONS DANS LE TOP 10, 2009

Ce tableau présente la compilation des données sur l'origine des films de long métrage selon le nombre d'apparition des titres du Top 10 des films ayant connus le plus de succès pour 2009.

Occurrence	Origine du film
Titre apparaissant une fois	<b>127</b> - Allemagne (1), Argentine (1), Autriche (1), Belgique (2), Brésil (2), Chine (3), Chine, Hong Kong RAS (2), Costa Rica (2), Danemark (1), Égypte (8), Espagne (3), États-Unis (8), Fédération de Russie (4), Finlande (2), France (4), Géorgie (8), Grèce (2), Iran (10), Italie (3), Japon (5), Maroc (4), Myanmar (5), Nigéria (5), Norvège(3), Pakistan (10), Pays-Bas (2), Pologne (3), Serbie (2), Slovaquie (1), Suède (1), Turquie (5), Rép. de Corée (7), Rép. Dominicaine (1), Rép. tchèque (4), Royaume-Uni (2)
Titre apparaissant 2 fois	<b>13</b> - Allemagne (1), Australie (1), Chine (1), États-Unis (6), Fédération de Russie (3), Suède (1)
Titre apparaissant 3 fois	<b>10</b> - États-Unis (7), Fédération de Russie (1), Suède (2)
Titre apparaissant 4 fois	<b>2</b> - États-Unis (2)
Titre apparaissant 5 fois	<b>2</b> - États-Unis (2)
Titre apparaissant 6 fois	<b>2</b> - États-Unis (2)
Titre apparaissant 7 fois	<b>2</b> - États-Unis (2)
Titre apparaissant 8 fois	<b>2</b> - États-Unis (2)
Titre apparaissant plus de 10 fois	<b>11</b> - États-Unis (9), Royaume-Uni (2)

**Note** : Un tableau complet du Top 10 avec le titre des films est disponible au Centre de données de l'ISU:  
<http://stats.uis.unesco.org/unesco/ReportFolders/ReportFolders.aspx>  
 Source : Institut de statistique de l'UNESCO, janvier 2012.

### Annexe III

#### FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA PAR HABITANT

2009	Pays
Plus de 3 fois/année (8)	<b>Asie</b> : Chine, Hong Kong RAS, Rép. de Corée, Singapour <b>Europe et Amérique du Nord</b> : États-Unis, France, Islande, Royaume-Uni <b>Pacifique</b> : Australie
Moins de 3 fois/année mais plus d'une fois/année (30)	<b>États arabes</b> : Émirats arabes unis, Liban, <b>Asie</b> : Inde, Japon, Malaisie <b>Europe et Amérique du Nord</b> : Allemagne, Autriche, Bélarus, Belgique, Danemark, Estonie, Espagne, Fédération de Russie, Finlande, Grèce, Hongrie, Israël, Italie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Rép. tchèque, Slovaquie, Suède, Suisse <b>Amérique latine et les Caraïbes</b> : Mexique, Venezuela
Moins d'une fois/année (32)	<b>Afrique subsaharienne</b> : Afrique du Sud, Niger <b>États arabes</b> : Maroc <b>Asie</b> : Azerbaïdjan, Chine, Indonésie, Iran, Kazakhstan, Kirghizstan, Philippines, Thaïlande <b>Europe</b> : Bulgarie, Croatie, Chypre, Géorgie, Lettonie, Lituanie, Macédoine, Rép. de Moldavie, Roumanie, Serbie, Slovaquie, Turquie, Ukraine <b>Amérique latine et les Caraïbes</b> : Argentine, Brésil, Bolivie, Chili, Colombie, Cuba, Pérou, Uruguay
2006	Pays
Plus de 3 fois/année (9)	<b>Asie</b> : Inde, Rép. de Corée, Singapour <b>Europe et Amérique du Nord</b> : États-Unis, France, Irlande, Islande <b>Pacifique</b> : Australie
Moins de 3 fois/année mais plus d'une fois/année (30)	<b>États arabes</b> : Liban, Émirats arabes unis <b>Asie</b> : Hong Kong, Japon, Macao, Malaisie <b>Europe</b> : Autriche, Bélarus, Belgique, Rép. tchèque, Danemark, Estonie, Finlande, Allemagne, Grèce, Hongrie, Israël, Italie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Slovaquie, Suède, Suisse, Royaume-Uni <b>Amérique latine et les Caraïbes</b> : Argentine, Costa Rica, Mexique
Moins d'une fois/année (33)	<b>Afrique subsaharienne</b> : Afrique du Sud, Mozambique <b>États arabes</b> : Algérie, Égypte, Maroc <b>Asie</b> : Azerbaïdjan, Chine, Indonésie, Kirghizstan, Lao, Palestine, Philippines, Thaïlande <b>Europe</b> : Bulgarie, Croatie, Chypre, Fédération de Russie, Lettonie, Lituanie, Macédoine, Pologne, Rép. de Moldavie, Roumanie, Slovaquie, Turquie, Ukraine <b>Amérique latine et les Caraïbes</b> : Brésil, Chili, Colombie, Cuba, Pérou, Venezuela, Uruguay

**Note** : Un tableau détaillé de la fréquentation des salles est disponible au Centre de données de l'ISU : <http://stats.uis.unesco.org/unesco/ReportFolders/ReportFolders.asp>  
Source : Institut de statistique de l'UNESCO janvier 2012.

Veuillez consulter le site web à l'adresse suivante (<http://www.uis.unesco.org>) afin d'accéder au Centre de données de l'ISU et vous abonner aux eAlertes au sujet des dernières publications et des données les plus récentes.