

*Rosetta*   
Luc Dardenne  
(BE 1999)

# UN UNIVERS TRÈS FRAGMENTÉ

## Pour une description systématique des entreprises de distribution

**André Lange** •

**DANS LE DOMAINE** du cinéma, la distribution représente traditionnellement l'intermédiaire, à la fois économique et culturel, entre la production et l'exploitation en salles. L'activité des distributeurs suppose des opérations d'ordre culturel (la sélection des films qui vont être présentés au public), commercial (le travail de marketing et de promotion du film), matériel (l'organisation du processus de doublage ou de sous-titrage, de fabrication de copies, de routage des copies vers les exploitants) et administratif (la contractualisation avec les producteurs ou les importateurs d'un côté, avec les exploitants de l'autre et la gestion de la remontée des recettes). Pendant longtemps, la branche de la

distribution a pu être pensée comme celui de phases intermédiaires de valorisation, entre production et exploitation en salles.

Le développement du secteur audiovisuel, avec l'apparition des formes nouvelles d'exploitation qu'ont été la télévision, la télévision à péage, le péage à la consommation (*pay-per-view*) et de la vidéo, a rendu la délimitation des activités de la branche beaucoup plus complexe, en particulier en permettant à ces acteurs puissants que sont les groupes de télévision non seulement de venir se positionner sur le marché des droits, mais également de créer ou d'acquérir des sociétés actives sur le segment traditionnel de la distribution vers les salles.

Du point de vue économique, il ne fait guère de doute que la problématique de la distribution doit s'analyser par rapport à un marché international, composé de divers segments (exploitation en salles, télévision sous ses diverses formes et exploitation sous forme de produits édités) et dominé par un oligopole de sociétés de distribution liées aux grands studios de Hollywood<sup>1</sup>. Du point de vue juridique, la question paraît plus complexe et a récemment donné lieu à débat. L'application, de plus en plus fréquente, du droit communautaire de la concurrence au secteur audiovisuel pose en effet la question intéressante de la définition du marché pertinent pour l'analyse. Ainsi, à l'occasion de leur notification de fusion, en septembre 1998, Seagram et PolyGram ont fait valoir que le marché de la distribution était un marché unique, subdivisé par différentes fenêtres d'exploitation, mais la Commission, dans sa décision; a laissé cette question en suspens<sup>2</sup>. Dans la notification UIP de juillet 

← 1999, la Commission européenne a par contre précisé qu'il fallait considérer, aux fins de l'analyse en termes de droit de la concurrence, les marchés individuellement, tant du point de vue des formes d'exploitation - en l'occurrence le cas UIP portait uniquement sur l'exploitation en salles - que du point de vue géographique, les marchés devant s'analyser nationalement.<sup>3</sup>

La présente contribution n'a pas pour ambition de discuter ce point de droit, qui n'est pas sans conséquences sur les choix réglementaires qui peuvent être adoptés, ni même ne fournir une analyse de l'ensemble du secteur de la distribution. Elle a pour simple objectif de présenter quelques résultats des tentatives de systématisation de collecte de l'information entreprises par l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Quatre grandes démarches ont été accomplies par l'Observatoire pour essayer d'établir un peu plus de transparence dans le domaine de l'information sur les marchés du cinéma:

- *L'Annuaire statistique*, publié depuis 1995, fournit une compilation systé-

matique des données structurelles sur le marché cinématographique élaborée à partir des sources nationales classiques<sup>4</sup>.

- La base de données LUMIERE, inaugurée en novembre 2000, ([HTTP://LUMIERE.OBS.COE.INT](http://LUMIERE.OBS.COE.INT)) fournit, de manière inédite, des informations détaillées sur le succès des films distribués dans 27 territoires européens depuis 1996.

- La mise en place d'une base de données sur les résultats financiers des entreprises audiovisuelles est en cours d'élaboration et nous présenterons ici quelques données relatives aux entreprises de distribution cinématographique. L'Observatoire européen de l'audiovisuel cherche à constituer une base de données aussi complète que possible sur les entreprises du secteur audiovisuel, en particulier en ce qui concerne leurs résultats financiers. Ce projet de longue haleine est en grande

partie rendu possible grâce l'existence du DVD-ROM AMADEUS proposé par le Bureau VanDijck, qui réunit les comptes de près de 4 millions d'entreprises européennes, dont environ 20 000 actives dans le secteur audiovisuel et que l'Observatoire est actuellement occupé à indexer suivant les branches d'activités<sup>5</sup>.

- L'étude *Les films européens sur les chaînes de télévision européennes*, publiée en février 2000, a permis de repérer la diffusion par les chaînes en clair des films européens ayant rencontré le plus de succès en salles durant les années 1996-1999<sup>6</sup>.

➤ 1 Selon nos estimations, les recettes à l'exportation des entreprises américaines sur les trois segments cinéma/télévision/vidéo représentaient en 1998 12,9 milliards de USD, dont 3,5 en salles, 4,4 en vidéo et 5,1 en télévision. L'Europe occidentale représentait 57 % des recettes à l'exportation des entreprises américaines, soit 7,45 milliards de USD répartis entre recettes en salles (1,8 milliard), recettes vidéo (2,4 milliards) et recettes TV (3,2 milliards).

2 "Film distribution - According to the notifying party, films are distributed through several so-called exhibition windows, namely theatri-

## L'univers complexe des entreprises de distribution cinématographique: difficultés d'une analyse détaillée de la branche

**PARADOXALEMENT**, alors que tout le monde s'accorde sur l'importance de la phase actuelle de transition vers les formes nouvelles de distribution numérique, le secteur de la distribution cinématographique européenne fait l'objet de peu d'études systématiques. Si l'on excepte l'étude menée en 1996 par la Fédération internationale des Associations de Distributeurs (F.I.A.D.) dans le cadre de préparation à la mise en place du système de sou-

tien automatique du Programme MEDIA II de l'Union européenne, il n'existe pas, à notre connaissance, d'investigation systématique, à l'échelle communautaire, sur les entreprises de cette branche.

L'identification d'un corpus pertinent d'entreprises de distribution cinématographique n'est cependant pas aisée. Par entreprise de distribution cinématographique nous entendons ici les sociétés spécialisées dans la distribution

cal exhibition, video rental and sell-through, pay-per-view ("PPV"), pay-TV, and free-to-air TV. The notifying party has stated that the different types of windows are part of the same market for film releases. However, the question of whether or not the distribution for these windows actually constitute separate product markets may be left open, since the operation will not lead to the reinforcement or creation of a dominant position even on the basis of the definition of such separate markets." Regulation (EEC) N°4064/89 Merger procedure, Case N°IV/M.1219 Seagram/Polygram, Document N°398M1219, 21 September 1998.

3 "THE MARKET. The relevant UIP agreements concern the market for the distribution for exhibition in cinemas of feature films, short subjects and trailers. The relevant geographic market in the film business is national due to differences in the industry in the various Member States such as language, governmental regulations and different patterns of distribution and exhibition". In Notice published pursuant to Article 19(3) of Council Regulation n°17 (1) concerning an application for a renewal of the Commission decision of 12 July 1989 to grant an exemption pursuant to Article 81(3) of the EC treaty (Case No IV/C.2/30.566 - UIP Cinema) (1999/C 205/06) in Official Journal C 205, 20/07.1999.

4 Dernière édition: *Statistical Yearbook / Annuaire statistique / Statistische Jahrbuch*

vers les salles, à l'exclusion des entreprises dont les activités principales sont dans la distribution de programmes de télévision, de cassettes vidéo ou de DVD, dans la gestion des droits ou dans l'exportation.

D'après nos relevés (basés sur une analyse des répertoires professionnels, des listes de films distribués et les données fournies par AMADEUS), nous estimons aux alentours de 400 le nombre d'entreprises ayant été actives entre 1995 et 2000 dans le secteur de la distribution cinématographique dans l'Union européenne. Cet univers est complexe: l'éventail d'activités des entreprises, leur *modus operandi* et leurs pratiques comptables peuvent en effet varier, rendant difficile l'analyse comparative des entre-

2000, European Audiovisual Observatory, Europäische Audiovisuelle Informationstelle, Strasbourg, 2000. Une synthèse statistique réalisée par l'Observatoire, est également publiée sous le titre *FOCUS - Trends of the World Film Market / Tendances du marché mondial du film* et éditée par le Marché international du film de Cannes.

5 AMADEUS, Analyse Major Database from European Sources, Bureau Van Dijk, Bruxelles, Update, 65 February 2001.

prises d'une même branche. Par ailleurs, les obligations de publication de comptes, et le respect de ces obligations lorsqu'elles existent, varient fortement dans les Etats membres. En particulier, les informations sont très lacunaires en ce qui concerne l'Allemagne, l'Autriche, la Grèce, les Pays-Bas, le Danemark et, dans une monde mesure, l'Italie. La base AMADEUS fournit des données exploitables pour, suivant les années, de 214 à 290 entreprises sur les 400 identifiées.

#### Typologie des entreprises de la branche

L'univers des entreprises de distribution de l'Union européenne peut être présenté suivant une typologie qui tient compte du type de rapport des



Astérix et Obélix contre César

Asterix e Obelix

Claude Zidi (FR 1999)

Photo Etienne George - Renn Production

6 *European films on European televisions - Les films européens sur les chaînes européennes de télévision - Europäische Filme in den europäischen Fernsehdiensten, Observatoire européen de l'audiovisuel*, European Audiovisual Observatory, Europäische Audiovisuelle Informationstelle, Strasbourg, 2000. Cette étude est disponible sur demande auprès de l'Observatoire et peut également être consultée sur son site Internet (<http://www.obs.coe.int>).

entreprises avec les fournisseurs américains, avec les entreprises de télévision, les entreprises de production et les circuits d'exploitation. Nous proposons ici une typologie distinguant pas moins de neuf catégories d'entreprises de distribution.<sup>7</sup>

7 Il va de soi qu'une telle typologie non seulement est proposée ici à titre provisoire mais que l'affectation de telle ou telle entreprise dans une des catégories peut être discutée et remise en cause par l'évolution du marché et des stratégies plus ou moins rapide qu'il engendre (fusions, repli sur le métier de base, etc.).

## Les quatre catégories d'entreprises de distribution de films américains



**NOS QUATRE PREMIÈRES** catégories sont déterminées par les stratégies des distributeurs américains. Pour aborder le marché européen, les distributeurs américains ont le choix entre différentes stratégies: accords entre plusieurs entreprises, création de filiales, création de joint-venture avec des partenaires nationaux ou recours privilégié à des partenaires nationaux.

### Les filiales communes de studios hollywoodiens

Le cas le plus de connu de filiales communes de distribution est celui d'Universal International Pictures (UIP), filiale commune de Universal Studios International B.V., Viacom International (Netherlands) B.V. et MGM Internatioanl B.V. A l'origine, les studios Paramount, MCA, MGM et UA distribuait séparément leurs propres films dans la Communauté européenne comme elles le faisaient aux Etats-Unis. En 1970, Paramount et MCA

ont fondé la société néerlandaise CIC et ont fusionné leurs activités de distribution à l'extérieur des Etats-Unis et du Canada. En 1973, la MGM décida d'abandonner son service individuel de distribution et passa le 27 octobre 1973 un accord avec CIC, qui devint son agent unique pour la distribution en salles et en télédistribution. UA continua a distribuer individuellement ses films jusqu'à la création d'UIP en novembre 1981. L'"accord UIP" (UIP

Agreement) du 1er novembre 1981 lie les trois "parent companies" (Paramount - aujourd'hui intégré dans le groupe Viacom -, Universal Studio et Metro-Goldwyn-Mayer) qui constituent une société de droit néerlandais dont le capital est réparti de manière égal entre les trois sociétés. Un tel accord fut souvent considéré par les professionnels européens et les observateurs de l'époque comme un cartel, supposé en infraction avec le

droit communautaire de la concurrence. Cependant, en 1989, UIP obtint de la Commission une première exemption par rapport à l'article 85 du Traité de Rome.<sup>8</sup> Moyennant certains aménagements, cette exemption a été prolongée par la notification de juillet 1999 déjà citée. Dans la Communauté européenne, la société principale est la société de droit néerlandais United International Pictures N.V. Des sociétés existent dans tous les autres Etats de l'Union, à l'exception de

l'Irlande (desservie par la filiale britannique) et du Luxembourg (desservi à partir de la filiale belge). Les liens capitalistiques entre la société néerlandaises et les filiales nationales, les flux inter-entreprises et les modalités de consolidation ne nous sont pas connus avec précision, mais les chiffres disponibles sur les produits d'exploitation indiquent qu'il n'y a pas de liens directs entre la taille du marché et le produit d'exploitation déclaré.

### Produit d'exploitation des principales sociétés UIP dans l'Union européenne (1995-1999) (En milliers EUR)

		1995	1996	1997	1998	1999
UNITED INTERNATIONAL PICTURES B.V.	NL	619 361	752 299	606 336	595 251	575 258
UNITED INTERNATIONAL PICTURES	GB	390 544	537 212	322 556	n.c.	n.c.
UNITED INTERNATIONAL PICTURES	FR	34 039	n.c.	34 697	n.c.	42 702
UNITED INTERNATIONAL PICTURES CIA SRC	ES	29 049	38 824	30 091	38 165	n.c.
UNITED INTERNATIONAL PICTURES	IT	18 991	31 434	17 036	32 654	32 957
UNITED INTERNATIONAL PICTURES AND COMPANY	BE	8 127	12 235	8 418	12 859	11 628
UNITED INTERNATIONAL PICTURES AB	SE	n.c.	n.c.	5 489	6 086	6 923
UNITED INTERNATIONAL PICTURES APS	DK	3 324	6 016	2 751	4 944	3 760
UNITED INTERNATIONAL PICTURES OY	FI	3 522	4 497	3 385	3 489	n.c.

SOURCE: Observatoire européen de l'audiovisuel • D'APRÈS AMADEUS



*La vita è bella*  
Life is Beautiful  
**Roberto Benigni**  
(IT 1997)



Si l'on s'en tient à l'observation des principaux ratios de la société mère néerlandaise, UIP enregistre un relatif déclin dans la seconde moitié des années 90. Mais, s'agissant d'une entreprise de distribution dont l'objet principal est de rapatrier les recettes vers les comptes des

trois sociétés associées, l'analyse des ratios est à manier avec prudence. Ce qui est connu est que d'une part UIP a connu une certaine érosion de ses parts de marché et que d'autre part le destin de l'association devient problématique. Même avant la fusion Universal/Vivendi, les studios avaient mis

fin, dans la pratique, à la diffusion exclusive de leurs films par UIP, le recours à certains distributeurs indépendants pouvant s'avérer plus efficace pour la distribution de certains films "de niche". La fusion Vivendi/Universal pourrait conduire à une évolution plus marquée de l'association.

A l'heure où nous écrivons cet article, on ne dispose pas de suffisamment d'éléments d'information pour déterminer si les dirigeants du nouveau groupe franco-canadien vont considérer que Universal doit continuer à s'appuyer sur la structure UIP, améliorant l'accès

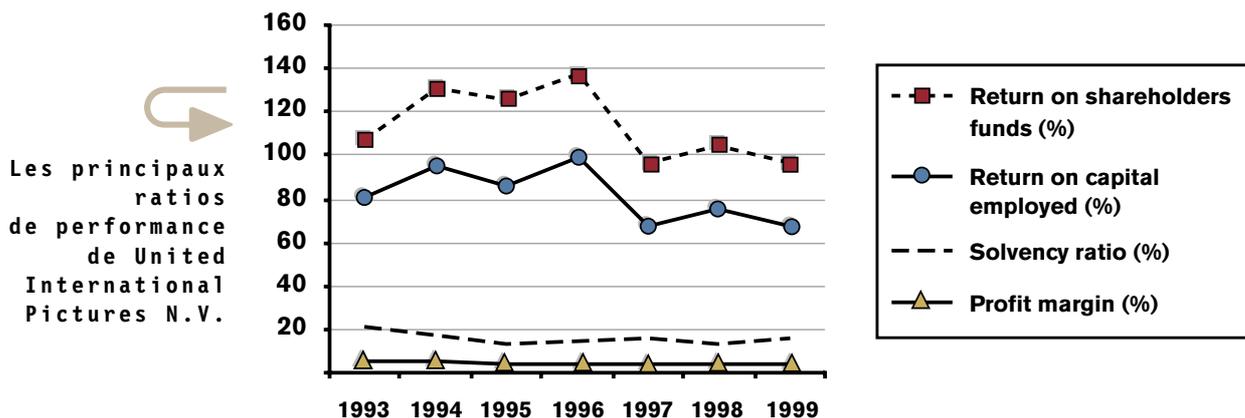
des films européens à ce réseau, ou si ils vont préférer une stratégie alternative s'appuyant sur les entreprises acquises par Seagram et CANAL+ avant la fusion pour dégager, à terme Universal des accords UIP<sup>9</sup>. Notons que les accords UIP, bien qu'étant les plus spectaculaires, ne

constituent pas un cas unique d'alliance entre les majos hollywoodiennes en Europe. D'autres cas, plus ponctuels, de filiales communes de studios existent en Europe: ainsi la Columbia Tri-Star Warner Films de Portugal et la Twentieth Century Fox Columbia Tristar en Suisse.

➤ 8 89/467/EEC: Commission Decision of 12 July 1989 relating to a proceeding pursuant to Article 85 of the EEC Treaty (IV/30.566 - UIP), Official Journal L 226, 03/08/199 p.0025.

9 Le nouvel organigramme de CANAL+, annoncé en décembre 2000, a placé le centre du pôle cinéma à Hollywood, sous la direction de Ron Meyer, secondé par Vincent Grimond, qui avait dirigé le mouvement de diversification de CANAL+ vers la distribution cinéma.





SOURCE: Observatoire européen de l'audiovisuel • D'APRÈS AMADEUS

### Les filiales de distribution des autres studios hollywoodiens

#### LES AUTRES

les principaux studios d'Hollywood ont généralement créé des filiales à part entière de distribution nationale dans

les principaux marchés de l'Union européenne. Ces filiales peuvent, dans certains cas, s'occuper également de la

distribution en télévision et en vidéo, ce qui, ici aussi, rend la comparaison difficile. L'absence d'une filiale dans un Etat

membre peut s'expliquer par l'une des trois raisons suivantes:  
 ● Distribution à partir d'un pays voisin: comme dans

le cas de UIP, l'Irlande et le Luxembourg sont desservis respectivement par les filiales britanniques

et belges.

- Existence d'une joint-venture avec un partenaire national
- Recours à des distributeurs nationaux.

### Filiales de distribution des autres studios dans les différents marchés européens

	AT	BE	DE	DK	ES	FI	FR	GB	GR	IE	IT	LU	NL	PT	SE
BUENA VISTA	x	x	x	x	x	x	x	x			x		x		x
COLUMBIA TRISTAR	x	x	x		x		x	x			x		x	x	x
TWENTIEH CENTURY FOX	x	x	x		x			x			x		x		
WARNER BROS.	x	x	x		x	x	x	x			x		x		x

### Produit opérationnel de quelques filiales de distribution de Walt Disney / Buena Vista (1995-1999) en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999
BUENA VISTA INTERNATIONAL (UK) LIMITED	GB	36 491	39 188	40 659	48 972	47 090
BUENA VISTA INTERNATIONAL (SWEDEN) AB	SE	n.a.	n.a.	n.a.	10 576	9 993
BUENA VISTA INTERNATIONAL SPAIN S. A.	ES	17 516	19 057	21 990	32 202	n.a.
BUENA VISTA INTERNATIONAL (ITALIA)	IT	n.a.	15 941	22 754	15 389	n.a.
BUENA VISTA INTERNATIONAL (GERMANY) GMBH	DE	51 129	51 129	n.a.	76 694	n.a.
BUENA VISTA INTERNATIONAL FRANCE	FR	45 273	38 653	43 199	39 225	34 098
THE WALT DISNEY COMPANY (BENELUX)	BE	n.a.	11 765	12 972	12 354	12 535
BUENA VISTA (AUSTRIA) GMBH	AT	n.a.	727	n.a.	n	81

**Produit opérationnel de quelques filiales  
de Columbia Tristar en Europe (1995-1999)** en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999
COLUMBIA TRISTAR FILMS FRANCE SA	FR	n.a.	72 617	111 183	113 169	109 451
COLUMBIA PICTURES CORPORATION LIMITED	GB	35 142	44 736	73 799	59 424	n.a.
COLUMBIA TRISTAR FILMS (SWEDEN) AB	SE	n.a.	n.a.	4 538	4 215	3 635
COLUMBIA TRI STAR FILMS DE ESPANA SA	ES	24 537	18 105	27 377	32 037	n.a.
COLUMBIA TRISTAR FILMS ITALIA	IT	10 752	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
COLUMBIA TRISTAR FILMS	BE	7 625	9 260	19 753	14 111	7 521
COLUMBIA TRISTAR EGMONT FILM DISTRIBUTORS OY	FI	n.a.	n.a.	5	6 814	5 155
COLUMBIA TRI-STAR WARNER FILMES DE PORTUGAL, LDA.	PT	n.a.	2 980	4 506	n.a.	n.a.

**Produit opérationnel de quelques filiales  
de Twentieth Century Fox (1995-2000)** en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999	2000
TWENTIETH CENTURY-FOX FILM COMPANY LIMITED	GB	16 000	18 659	57 642	102 215	53 950	87 270
HISPANO FOX SAE	ES	601	13 255	20 991	39 356	26 781	n.a.
TWENTIETH CENTURY FOX ITALY INC.	IT	n.a.	9 654	15 092	33 517	14 249	n.a.
TWENTIETH CENTURY-FOX OF GERMANY GMBH	DE	12 306	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
TWENTIETH CENTURY FOX, SWEDEN AB	SE	n.a.	n.a.	n.a.	11 012	4 918	5 878
TWENTIETH CENTURY FOX FILM BELGE	BE	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	5 314
NETHERLANDS FOX FILM CORPORATION B.V.	NL	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	1 147	n.a.

**Produit opérationnel de quelques filiales  
de Warner Bros. (1995-1999)** en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999
WARNER BROS. DISTRIBUTORS LIMITED	GB	139 338	208 653	172 989	145 094	286 581
WARNER BROS. FILM GMBH	DE	n.a.	30 678	30 678	30 678	n.a.
WARNER BROS ITALIA	IT	n.a.	n.a.	26 801	27 723	n.a.
WARNER BROS. (HOLLAND) B.V.	NL	n.a.	15 997	14 426	19 072	n.a.
WARNER ESPANOLA SA	ES	18 084	12 087	16 441	15 665	n.a.
WARNER BROS. BELGIUM	BE	15 050	13 712	12 566	16 268	7 784
WARNER BROS. (SWEDEN) AB	SE	n.a.	n.a.	n.a.	3 279	5 555
WARNER BROS. (FINLAND) OY	FI	5 875	6 437	6 532	6 685	5 122

➤ SOURCE: Observatoire européen de l'audiovisuel • D'APRÈS AMADEUS



Les joint-ventures entre des sociétés européennes et les studios hollywoodiens

**DANS QUELQUES** cas remarquables, les majors hollywoodiennes ont créé des joint-ventures avec des sociétés nationales de distribution. Nous avons identifié cinq cas de ce type. Les cas les plus anciens se trouvent en France:

- UFD, Groupement d'intérêt économique (G.I.E.) détenu à parts égales par UGC Distribution et 20<sup>th</sup> Century Fox Distribution;
- Gaumont Buena Vista International (créé en 1992), détenue à 50 % par Gaumont et à 33 % par Buena Vista International France;
- UIP Gaumont UGC Distribution, créé dès 1977, et aujourd'hui assez discrète. En Finlande, le groupe danois Egmont s'est associé avec Columbia en 1997 pour créer la Columbia Tristar Egmont Film Distributors Oy, tandis qu'en Espagne, la Warner s'est associée en 1998 avec la Sogepaq (filiale de Sogecable) pour créer la Warner Sogefilms.

A défaut d'analyser en détail l'impact de telles alliances, on se contentera de citer le premier bilan que Jim Gianopoulos, président du secteur exploitation à l'étranger de la Fox tirait, dès 1997, de l'alliance avec UGC: "Les bénéfices que nous avons tirés de ce partenariat ont été manifestes, non seulement en termes de meilleure pénétration sur le marché français, mais aussi dans les occasions de coproduction comme pour *Stealing Beauty* et *The Ice Storm*".<sup>10</sup> La récente fusion entre Vivendi et Seagram/Universal pourrait déboucher sur la généralisation de ce type d'alliances euro-américaines dans le domaine de la distribution, mais, comme nous l'avons déjà signalé, la stratégie de la nouvelle entité en matière de distribution cinématographique n'est pas encore explicitée.

➤ 10 *Variety*, 10 February 1997, cité par J. AUGROS, "Les investissements américains dans l'audiovisuel européen" in L. CRETON, *Le cinéma et l'argent*, Nathan Cinéma, Paris, 1999.

Produits d'exploitation des joint-ventures euro-américaines de distribution (1995-1999) en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999
WARNER SOGEFILMS AIE.	ES	–	–	–	6 560	37 575
GAUMONT BUENA VISTA INTERNATIONAL	FR	10 440	9 111	12 066	14 261	8 976
COLUMBIA TRISTAR EGDMONT FILM DISTRIBUTORS OY	FI	–	–	5	6 814	5 155
STÉ UIP GAUMONT UGC DISTRIBUTION	FR	995	1 033	1 094	1 150	1 070

SOURCE: Observatoire européen de l'audiovisuel • D'APRÈS AMADEUS

Les distributeurs nationaux fortement dépendants de l'offre américaine

**TRADITIONNELLEMENT**, dans quelques pays de l'Union (Danemark, Grèce, Portugal, Suède) certains des studios hollywoodiens n'ont pas créé de filiales et ont préféré passer des accords structurels avec des distributeurs locaux. Mais l'on trouve également dans des pays tels que l'Allemagne, l'Espagne, la France et le Royaume-Uni des cas de sociétés qui ont construit leur stratégie sur l'importation et la distribution de films américains, se positionnant généralement sur des créneaux particuliers où il leur est possible d'agir avec plus de souplesse que les filiales des majors et de jouer également sur l'importation de films américains émanant de producteurs indépendants. Ce type de stratégie d'alliance avec les studios américains implique évidemment un certain type de dépendance structurelle, ce qui ne veut pas dire que ce type de distributeurs ne prennent pas en charge lorsque l'opportunité s'en présente, des films nationaux, en particulier lorsque ceux-ci ont un potentiel commercial<sup>11</sup>. Les activités de distribution vers les salles sont généralement accompagnées d'activités d'édition vidéo. On classera



**Thomas est amoureux**  
Thomas in Love  
**Pierre Paul Renders**  
(BE 2000)



dans cette catégorie:	(créé en 1935), Nordisk Film	Tripictures (créé en 1987), Sociedad General de Derechos Audiovisuales (créé en 1991)	(créé en 1997). ● En France: Metropolitan Film Export (créé en 1978), Opening (créé en 1992)	Entertainment Film Distributors (créé en 1977) ● En Grèce de Prooptiki (créé en 1984) ● En Suède,	Nordiskfilm (créé en 1929), Egmont (créé en 1983), de Sandrew - Metronome International (créé en 1988).
● En Allemagne: Highlight Films (créé en 1995)	Biografdistribution (créé en 1984), All Right Films AS (créé en 1991)	● En Finlande: Sandrew Metronome	● Au Royaume-Uni:		
● Au Danemark: Sandrew Metronome	● En Espagne:				

➤ 11 La valorisation des blockbusters américains sur les sites web de ces entreprises est souvent un bon indicateur de leur degré de dépendance par rapport à leurs principaux fournisseurs.

**Produit d'exploitation de quelques sociétés européennes spécialisées dans la distribution de films américains (1995-1999) en milliers EUR**

		1995	1996	1997	1998	1999
ENTERTAINMENT FILM DISTRIBUTORS LIMITED	GB	31 982	29 297	44 527	50 967	n.a.
METROPOLITAN FILM EXPORT	FR	9 984	34 071	33 615	34 495	49 284
NORDISK FILM & TV A/S	DK	n.a.	n.a.	n.a.	25 267	29 052
TRIPICTURES SA	ES	10 046	12 758	13 946	21 805	21 698
OPENING	FR	1 408	4 387	8 379	n.a.	16 668
ODEON	GR	5 613	6 420	9 837	18 673	16 138
HIGHLIGHT FILM UND HOME ENTERTAINMENT GMBH	DE	–	n.a.	8 232	4 141	8 948
SANDREW-METRONOME INTERNATIONAL AB	SE	n.a.	n.a.	5 085	4 746	8 062
SANDREW-METRONOME FINLAND OY AB	FI	n.a.	n.a.	478	2 392	5 111
NORDISK FILM INTERNATIONAL AB	SE	n.a.	n.a.	503	57	n.a.

SOURCE: Observatoire européen de l'audiovisuel • D'APRÈS AMADEUS



## Les distributeurs indépendants

**LE NOMBRE** de distributeurs indépendants est malaisé à déterminer dans la mesure où il s'agit d'un univers plus instable, extrêmement fragmenté. Nous estimons que cette catégorie compte entre 250 et 280 entreprises dans l'Union européenne.

### Produit d'exploitation des vingt principales sociétés de distribution indépendantes (1995-1999) en milliers EUR

		1995	1996	1997	1998	1999
R.C.V. ENTERTAINMENT B.V.	NL	11 261	13 860	n.a.	29 717	n.a.
MANGA FILMS S.L.	ES	3 450	3 071	18 682	25 020	26 300
SCOTIA INTERNATIONAL (FILM SALES) FILMVERLEIH-GMBH DEUTSCHLAND	DE	23 008	23 008	23 008	23 008	23 008
LUCKY RED	IT	n.a.	8 696	13 908	14 618	18 428
PYRAMIDE	FR	11 728	16 878	17 807	12 224	17 349
SPLENDID FILM MARS FILMS	FR	6 065	1 526	6 496	2 182	13 203
ECOFILMES-IMPORTACAO E DISTRIBUICAO DE FILMES, LDA.	PT	n.a.	26 411	21 058	12 756	n.a.
MIKADO FILM	IT	6 572	6 658	6 405	8 461	10 616
DIAPHANA DISTRIBUTION	FR	4 297	4 275	13 396	21 886	10 574
LIDER FILMS SA	ES	2 207	14 668	8 696	10 462	n.a.
C.T.V. INTERNATIONAL	FR	3 421	3 084	5 061	6 960	9 146
C.D.I. COMPAGNIA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE	IT	1 811	4 935	7 230	6 006	8 585
LES FILMS LOSANGE	FR	10 811	10 404	11 833	14 871	8 499
FANDANGO - SRL	n.a.	5 031	4 337	7 891	8 354	
ALTA FILMS SA	ES	5 800	5 826	6 822	7 490	n.a.
BIM DISTRIBUZIONE	IT	1 721	1 802	4 034	6 305	6 796
RED FILM GROUP	IT	n.a.	3 547	3 215	6 479	n.a.
A.F.M.D.	FR	4 031	6 578	12 750	6 466	n.a.
PUEBLO FILM LICENSING LTD	GB	2 152	2 074	18 789	6 172	n.a.

### Conclusions

**CETTE PREMIÈRE** tentative de description systématique de l'univers des entreprises de distribution cinématographique indique à la fois l'extrême

fragmentation de cet univers, sa diversité et sa complexité. Comme c'est souvent le cas dans le secteur audiovisuel, cette fragmentation s'accompagne d'une relative opacité de l'information

économique disponible. Des investigations plus approfondies, et notamment des analyses détaillées des stratégies des différentes catégories de distributeurs en termes de types de

films distribués, de contrats, de positionnements par rapport aux autres fenêtres d'exploitation, devraient être menées. Bien que l'information financière ne soit pas

complète, nous pensons qu'il devrait être possible, moyennant quelques modélisations, de proposer une analyse financière et économique de la branche. Mais les premiers

résultats indiquent déjà les limites d'une tentative de cerner uniquement le marché de la distribution salles à travers les données financières d'entreprises qui sont "impures", c'est à dire

**Provisory indicators for the film distribution branch in Europe**

Those data have not been modelised: they are a simple agregate of the available information, which is not homogeneous over the 5 years period

		1995	1996	1997	1998	1999
<b>NUMBER OF COMPANIES INCLUDED</b> <sup>1</sup>		199	234	255	269	221
<b>OPERATING REVENUE</b>	Th. EUR	3 228 642	4 127 756	4 011 679	3 653 016	2 708 384
<b>PROFIT (LOSS) BEFORE TAX</b>	Th. EUR	223 149	188 311	267 407	306 576	83 834
<b>CASH FLOW</b>	Th. EUR	420 233	464 721	553 459	623 415	362 813
<b>TOTAL ASSETS</b>	Th. EUR	1 802 361	2 674 899	2 900 564	3 386 947	2 423 722
<b>SHAREHOLDERS FUNDS</b>	Th. EUR	276 711	517 665	725 259	965 276	352 908
<b>PROFIT MARGIN (%)</b>		6,91	4,56	6,67	8,39	3,1
<b>RETURN ON SHAREHOLDERS FUNDS (%)</b>		80,64	36,38	36,87	31,76	23,76
<b>RETURN ON CAPITAL EMPLOYED (%)</b>		55,69	30,1	30,96	28,07	19,05
<b>SOLVENCY RATIO (%)</b>		15,35	19,35	25	28,5	14,56
<b>NUMBER OF EMPLOYEES</b>		2928	3367	3834	3758	3309

SOURCE: **European Audiovisual Observatory** • ON THE BASIS OF AMADEUS DATA

➤ 1 i.e. number of companies for which some information is available. Note that the data is not comprehensive for all items for all companies

qui mêlent différents types d'activités: il suffit pour s'en convaincre d'observer que le produit d'exploitation agrégé obtenu sur un nombre limité

d'entreprises varie entre 3,2 et 4,1 milliards d'EUR, c'est-à-dire qu'il est équivalent à notre évaluation des recettes brutes des salles, évalué, pour la

même période, entre 3 et 4,4 milliards d'EUR! Or, il est évident que le chiffre d'affaires "pur" de la distribution salles ne peut être qu'inférieur à la recette brute

des salles puisqu'il faudrait déduire de celle-ci les taxes et la marge des exploitants. Comme on pouvait s'y attendre après la brève présentation

des entreprises du corpus, une partie significative de leur volume d'affaires provient des activités connexes (production, exploitation salles,

distribution sur les autres fenêtres d'exploitation). La statistique d'entreprise est décidément un genre difficile...

## La base de données Lumière: un outil nouveau pour l'analyse détaillée des tendances du marché

**POUR RÉSOUDRE** certains des problèmes méthodologiques constatés lors de la

réalisation des premières éditions de *l'Annuaire statistique*, et pour être en mesure de répondre

de manière plus précises aux questions qui lui sont posées, l'Observatoire européen de

l'audiovisuel a mis en place la base de données LUMIERE sur les entrées des films distribués en

Europe. Cette base de données réuni de manière systématique les données en provenance des

sourcés nationales, sur les entrées annuelles des films distribués dans 27





territoires européens. En dépit de certaines lacunes dans l'information - dont malheureusement une des plus significatives concerne l'Italie - le taux de couverture de la base est excellent: pour les entrées dans l'Union européenne en 1999, il dépasse les 90 %. Il est donc possible d'analyser avec une précision inédite

le succès de *La Vita è bella* ou de *Rosetta* à travers le continent. Cette base de données est disponible gratuitement, depuis novembre 2000, sur Internet (<http://lumiere.obs.co.e.int>). Elle propose, dans son état actuel, des données relatives aux années d'exploitation 1996-2000. Elle comporte

des données relatives à 7400 films, produits dans plus de 70 pays et réalisés par quelques 4500 réalisateurs. 4026 de ces films (55 %) ont été produits dans les années 1996-2000 et 45 % correspondent à des films produits entre 1915 et 1995. La base LUMIERE ne constitue pas seulement un recueil d'information

sur les entrées des films distribués en Europe considérés individuellement. Elle comporte également différentes procédures d'analyse statistique (non accessibles en ligne) permettant de mieux appréhender quelques-unes des caractéristiques structurelles du marché. Elle fournit

dès lors un outil statistique complémentaire à l'*Annuaire statistique* publié par l'Observatoire européen de l'audiovisuel. D'une manière générale, la base LUMIERE permet de mieux cerner les rapports entre production et distribution des films. Il est en effet possible de comparer

le nombre de films dont la distribution commerciale est attestée par les statistiques de fréquentation avec le nombre de films produits tels qu'indiqués dans les statistiques structurelles fournies par les sources nationales (et publiées dans l'*Annuaire statistique*).



### Comparaison de la production et de la distribution commerciale avérée

**A TITRE D'EXEMPLE,** on remarquera que le volume de production de l'Union européenne est estimé par l'Observatoire comme

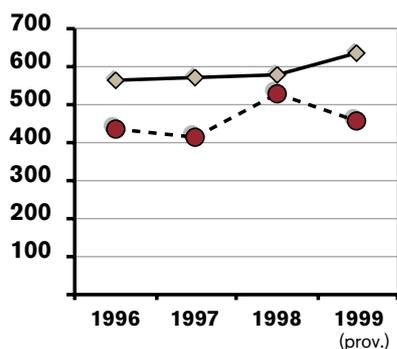
étant passé de 563 films de long métrage en 1996 à 634 en 1999. Par contre, le nombre de films produit en 1996 dont la distribution est

attestée est de 433 en 1996 et celui des films produits en 1999 de 495. Cela peut indiquer soit que les statistiques relatives au nombre

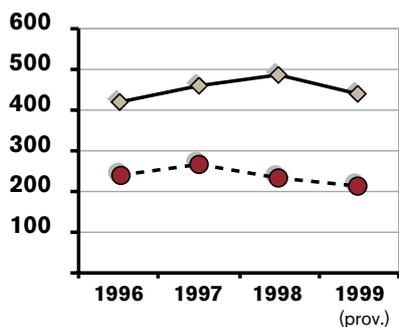
de films produits surévaluent la production, soit que 1 film européen sur 4 ne fait pas l'objet d'une distribution commerciale.

De la même manière, on peut comparer le nombre de films produits aux Etats-Unis avec le nombre de films américains distribués dans au moins un des

marchés nationaux de l'Union européenne. Il apparaît qu'environ 1 film américain sur 2 arrive sur les écrans européens.



—◆— Films produced in the EU  
-●- Films EU in distribution in EU



—◆— Number of films produced in US  
-●- Number of US films released in at least one EU country

Comparaison de l'offre et de la demande

**IL EST ÉGALEMENT** intéressant de comparer la structure de l'offre (en nombre de titres ayant fait l'objet d'une distribution dans au moins un des Etats membres) avec la

structure de la demande (exprimée en part de marché des différentes régions productrices). Le contraste est frappant: les titres américains ne représentent que 46

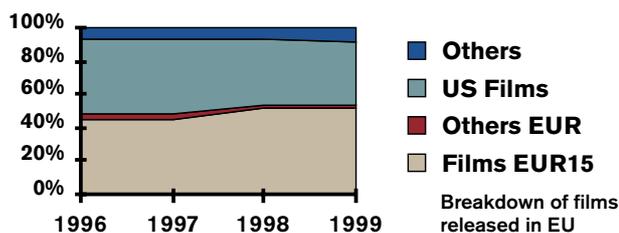
à 39 % de l'offre mais réalisent entre 66 et 76 % des entrées. A l'inverse, les films produits dans l'Union européenne représentent entre 45 et 53 % de l'offre

mais ne réalisent que 22 à 33 % des entrées. Les films du reste de l'Europe représentent toujours moins de 2,5 % de l'offre et leur part de marché ne dépasse pas 0,2 %.

Les films du reste du monde représentent de 6 à 7 % de l'offre, mais leur part de marché s'est écroulée de 2,5 % en 1996 à 0,9 % en 1999.

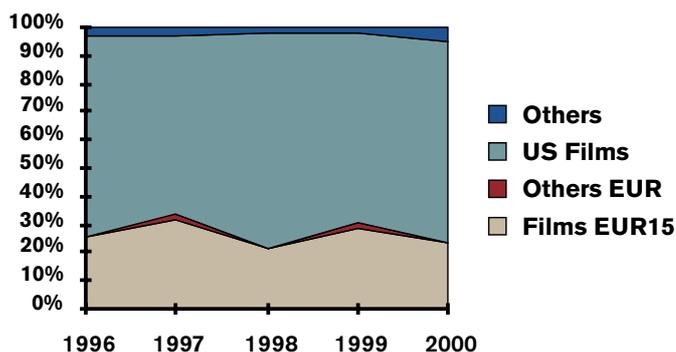
**Breakdown of films released in EU according their origin of production (1996-1999)**

	1996	1997	1998	1999
<b>FILMS EUR15</b>	45,68%	45,63%	50,72%	51,26%
<b>OTHERS EUR</b>	2,13%	2%	2,46%	2,43
<b>US FILMS</b>	45,60%	45,43%	39,84%	38,11
<b>OTHERS</b>	6,62%	6,98%	6,06%	8,29



**Breakdown of admissions in the European Union by origin of the films (1996-2000)**

	1996	1997	1998	1999	2000
<b>FILMS EUR 15</b>	25,83%	32,11%	21,65%	28,96%	23,31%
<b>OTHERS EUR</b>	0,06%	0,32%	0,11%	0,30%	0,17%
<b>US FILMS</b>	71,61%	65,83%	77,28%	69,21%	72,73%
<b>OTHERS</b>	2,46%	1,73%	0,52%	1,47%	3,76%



L'analyse de la concentration des succès

La base LUMIERE permet d'analyser la répartition des films par "tranches de succès". Le tableau ci-dessus calcule cette répartition sur l'ensemble marché

européen et marché des Etats-Unis, ce qui permet de comparer la différence dramatique entre les deux industries. Il apparaît que, entre 1996 et 2000, 398

films américains (soit 35 % des films américains en distribution) et seulement 37 films européens (soit moins de 2 % des films européens en

distribution) ont obtenu plus de 5 millions d'entrées sur l'ensemble des marchés Europe/Etats-Unis.



**Ventilation par tranches de succès des films produits dans l'Union européenne (1996-2000)**

Nombre d'entrées réalisées sur les marchés EUR34 + US	Nombre de films	Cumul	%	Cumul
50 000 001 +	1	1	0,04%	0,04%
25 000 001 - 50 000 000	7	8	0,32%	0,36%
20 000 001 - 25 000 000	2	10	0,09%	0,45%
15 000 001 - 20 000 000	1	11	0,04%	0,49%
10 000 001 - 15 000 000	4	15	0,18%	0,67%
5 000 001 - 10 000 000	22	37	1,01%	1,68%
4 000 001 - 5 000 000	11	48	0,50%	2,18%
3 000 001 - 4 000 000	27	75	1,24%	3,42%
2 000 001 - 3 000 000	22	97	1,01%	4,43%
1 000 001 - 2 000 000	83	180	3,82%	8,25%
500 001 - 1 000 000	146	326	6,73%	14,98%
250 001 - 500 000	176	502	8,11%	23,09%
100 001 - 250 000	265	767	12,21%	35,30%
50 001 - 100 000	260	1027	11,98%	47,28%
25 001 - 50 000	221	1248	10,18%	57,46%
10 001 - 25 000	276	1524	12,72%	70,18%
1 001 - 10 000	473	1997	21,80%	91,98%
1 - 1 000	172	2169	7,92%	99,90%
<b>TOTAL</b>	<b>2169</b>			

Nombre d'entrées réalisées sur les marchés EUR34 + US	Nombre de films	Cumul	%	Cumul
50 000 001 +	22	22	1,96%	1,96%
25 000 001 - 50 000 000	69	91	6,15%	8,11%
20 000 001 - 25 000 000	29	120	2,58%	10,69%
15 000 001 - 20 000 000	48	168	4,28%	14,97%
10 000 001 - 15 000 000	79	247	7,04%	22,01%
5 000 001 - 10 000 000	151	398	13,47%	35,48%
4 000 001 - 5 000 000	48	446	4,28%	39,76%
3 000 001 - 4 000 000	61	507	5,44%	45,20%
2 000 001 - 3 000 000	73	580	6,51%	51,71%
1 000 001 - 2 000 000	104	684	9,27%	60,98%
500 001 - 1 000 000	84	768	7,49%	68,47%
250 001 - 500 000	62	830	5,53%	74,00%
100 001 - 250 000	62	892	5,53%	79,53%
50 001 - 100 000	17	909	1,51%	81,04%
25 001 - 50 000	29	938	2,58%	83,62%
10 001 - 25 000	44	982	3,92%	87,54%
1 001 - 10 000	104	1086	9,27%	96,81%
1 - 1 000	35	1121	3,12%	99,93%
<b>TOTAL</b>	<b>1121</b>			

**Ventilation par tranches de succès des films produits aux Etats-Unis (1996-2000)**

La circulation des films de l'Union européenne sur le marché communautaire

LA BASE LUMIERE

permet d'analyser avec plus de précision la circulation des films produits dans l'Union européenne sur le marché communautaire. Les entrées dans l'Union européenne pour les films communautaires sont

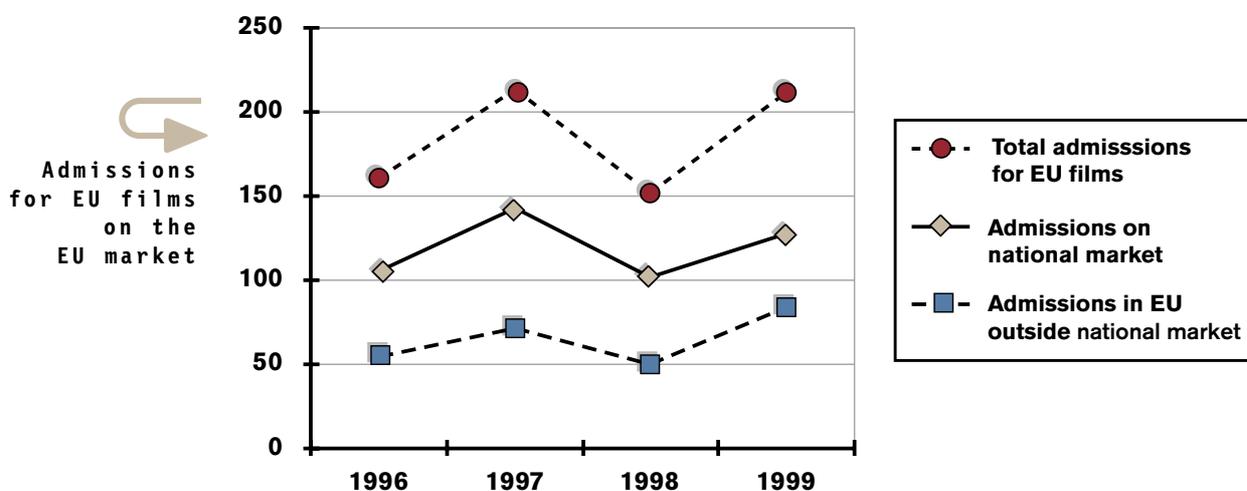
passées de 162 millions en 1996 à 202 millions en 1999. La majorité de ces entrées est constituée par des entrées des films nationaux sur leur propre marché. Cependant, on constate une amélioration du volume des entrées

des films nationaux en dehors de leur propre marché: de 56 millions en 1996 à 82 millions en 1999. La part relative des entrées hors marché national serait ainsi passée de 34,6 % en 1996 à 40,6 % en 1999. Il faut se garder cependant

de tout optimisme démesuré: les bons résultats de 1999 provenaient essentiellement de quelques films (*Notting Hill*, *Astérix et Obélix contre César*, *The World is not Enough*) qui ont particulièrement bien circulé. L'année 2000 n'a pas été

caractérisée par des succès européens aussi importants: seul *Chicken Run* a vraiment connu un succès européen massif, et encore n'a-t-il pas été distribué sur tous les marchés dès sa première année d'exploitation.

D'après nos premières estimations sur base des données disponibles pour l'année 2000 (60 % des entrées analysées), la part des entrées communautaires hors-marché national devrait être inférieure à 30 %.



Les 14 premiers pays exportateurs de films vers l'Europe et les Etats-Unis en 1999

	Pays de production	Entrées (hors marché national) en Europe et aux Etats-Unis en 1999	Principal titre à l'exportation
1	US	536 726 728	Star Wars
2	GB	103 467 235	Notting Hill
3	FR	27 772 950	Astérix
4	IT	24 016 271	La vita è bella
5	JP	18 022 319	Pokemon
6	CA	7 505 329	eXistenZ
7	ES	6 449 261	Todo sobre mia madre
8	HK	4 824 421	Black Mask
9	DE	4 340 068	Lola rennt
10	DK	3 115 171	Festen
11	BR	2 421 625	Central do Brasil
12	BE	1 660 526	Rosetta
13	RU	1 428 456	Sibirskij tsiryulnik
14	IN	1 304 987	Taal

Analyse de l'exportation des films

LA BASE LUMIERE

permet d'analyser les résultats à l'exportation des films d'un pays donné. A titre d'exemple, le tableau suivant fournit un classement des 15 premiers

pays exportateurs vers l'Europe et les Etats-Unis en 1999. A l'exception des Etats-Unis, du Royaume-Uni, de la France et de l'Inde, ces résultats à l'exportation sont



essentiellement dus au succès d'un seul film. La base LUMIERE permet également de calculer un "ratio d'exportation communautaire" pour les différentes cinématographies nationales. Ce ratio correspond au pourcentage

représenté par les entrées réalisées en dehors du marché national par rapport à l'ensemble des entrées communautaires des différents films d'un pays donné. En ce qui concerne les 5 grands pays producteurs de l'Union européenne, qui sont également ceux qui ont la

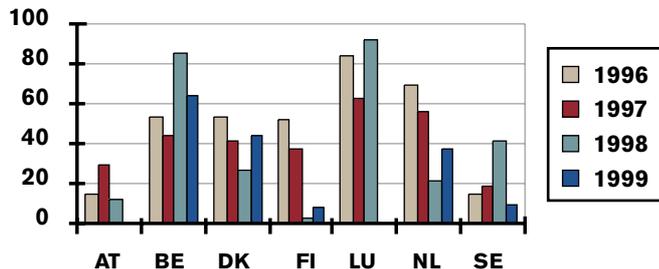
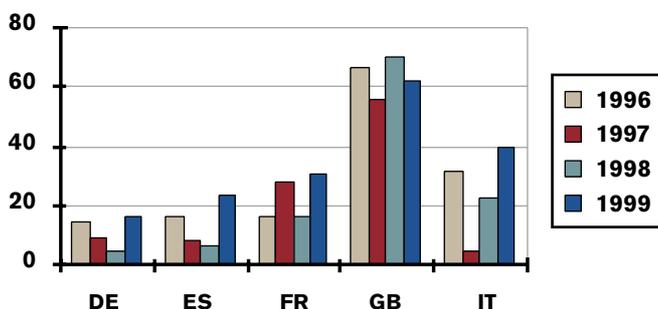
fréquentation la plus nombreuse, les taux d'exportation communautaire sont très différents: les films britanniques réalisent entre 55 % et 70 % de leurs entrées communautaires en dehors du marché national. A l'extrême opposé, les films allemands ne réalisent que de

5 à 17 % de leurs entrées communautaires en dehors de leur marché national. Les résultats obtenus par les films français, espagnols et italiens sont beaucoup plus fluctuants. Ces fluctuations sont généralement liées au succès d'un seul film: par exemple,

pour les films italiens, *Il Postino* en 1996 et *La Vita è bella* en 1998 et 1999. Assez logiquement, les taux d'exportation communautaire sont plus aisément élevés pour les pays de petite taille: dès lors qu'ils peuvent accéder au marché communautaire,

ils trouvent plus aisément une audience relativement plus importante que l'audience nationale. Mais, de manière encore plus marquante que pour les grands pays, le taux d'exportation communautaire sera généralement lié au succès d'un seul film.

"Community export ratio" of major EU production countries



"Community export ratio" of small EU production countries

Classements

La base LUMIERE permet l'établissement de différents types de classements, sur un

ou plusieurs marchés. A titre d'exemple, nous publions ici le classement

provisoire des 20 films européens ayant rencontré le plus de succès en 2000.





**Une liaison pornographique**

Una relazione privata

**Frédéric Fonteyne**

(BE 1999)



## EUROPEAN FILMS ON EUROPEAN TELEVISION

When the screen becomes small

**André Lange** •

**WHAT IS THE POSITION** and the audience of European films in European television channels scheduling and what are the possibility of access for those films in primetime slots? This is a recurrent question that the European Audiovisual Observatory has attempted to answer, in collaboration with Médiamétrie's Eurodata-TV department and Essential Television Statistics (ETS) by publishing in February 2000 a report *European films on European television*<sup>1</sup>. We have deliberately restricted the survey to unencrypted channels within the European Union.

### Number of films scheduled

Although there are a number of methodological difficulties to compare the supply of films by the various televisions channels in Europe, it is still possible to compare the situation in seven countries. The number of national channels covered by our survey varies from 2 in Austria to 10 in Germany. The total number of film broadcasts is not, on the other hand, directly related to the number of channels. In France, the effect of legal limitations to the number of films that one channel can broadcast is highly perceptible: the total number of unencrypted film broadcasts is half that of the Netherlands, a country that is ranked last but one in the classification. The relatively low number of films broadcast in the United Kingdom can probably be put down to the fact that scheduling in this country is dominated by other forms of fiction (films made-for-TV, series,

etc.). Conversely, films take up a large slice of the schedule in Germany and Italy and have also been one of the main arms wielded by the Austrian ORF channels to ward off competition from German private channels. The inclusion of statistics from regional channels (ARD III channels, the channels of the autonomous Communities) has boosted the number of broadcasts of films in Germany and Spain.

Unsurprisingly, analysis of the films points to the dominant position of American films in scheduling. American films' share varies from between 23.9% in France and 74.1% in the Netherlands (TV-films included in this country). The share of national films is obviously lower in the smaller countries with a limited production capacity (Netherlands, Austria). National films get a larger slice of the cake in Italy (34.5%) and France (39.6%). It is interesting to see that the effect of including regional channels is different in Germany and Spain. While the scheduling of the various ARD stations has a markedly more national and less American slant than the national channels, in Spain it is the opposite, with regional channels broadcasting mostly American films, leaving national films at under 10% of the total. The share of non-national European films varies between 8.7% in the United Kingdom (this figure also includes films from the rest of the world) and 29.7% for all the German channels put together. While broadcasting volumes are at about the same level, the German channels actually broadcast twice as many non-national European films as the Spanish channels. Seen in absolute terms, intensive broadcasting of film results in more European films being shown. Even in Spain, with its extremely high proportion of American films, 1567 non-national European films were broadcast, to compare with the total number of 1 273 broadcasts of films of all origins broadcast in France.





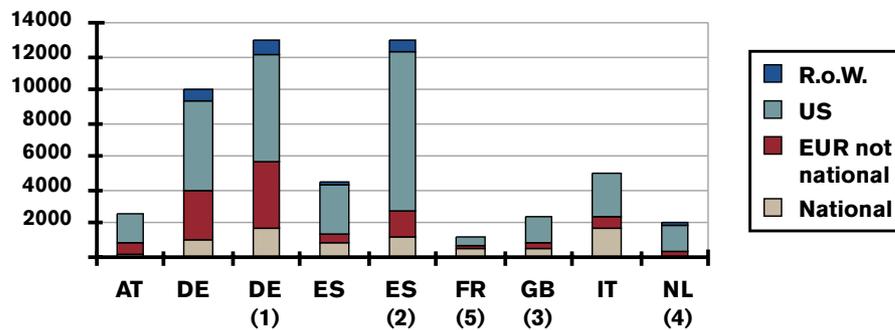
Number and origin of broadcasts of feature films by unencrypted TV channels (1998)

	AT	DE	DE <sup>1</sup>	ES	ES <sup>2</sup>	FR <sup>5</sup>	GB <sup>3</sup>	IT	NL <sup>4</sup>
NUMBER OF CHANNELS	2	13	21	4	14	5	5	7	8
NAT.	155	1111	1808	934	1238	484	584	1733	34
EUR NOT NATIONAL	766	2904	3835	529	1567	292	214	730	340
US	1670	5379	6542	2815	9455	382	1658	2474	1500
R.o.W.	68	630	738	200	645	64	—	85	149
	2659	10024	12923	4478	12905	1222	2456	5022	2023

	AT	DE	DE (*)	ES	ES (*)	FR	GB (**)	IT	NL
NAT.	5,8 %	11,1 %	14,0 %	20,9 %	9,6 %	39,6 %	23,8 %	34,5 %	1,7 %
EUR NOT NATIONAL	28,8 %	29,0 %	29,7 %	11,8 %	12,1 %	23,9 %	8,7 %	14,5 %	16,8 %
US	62,8 %	53,7 %	50,6 %	62,9 %	73,3 %	31,3 %	67,5 %	49,3 %	74,1 %
R.o.W.	2,6 %	6,3 %	5,7 %	4,5 %	5,0 %	5,2 %	—	1,7 %	7,4 %

SOURCE : OBS

- 1. including ARD regional stations. 2. including channels of the Autonomic Communities. 3. data for 1999 - R.o.W. included in EUR /
- 4. including TV-films 5. 51 films on La Cinquième not included



A sample list of recent European films

We thought it worthwhile analysing the broadcasting and audience figures for recent European films. The European Audiovisual Observatory asked Eurodata-TV and ETS to identify the broadcasting and audience figures for 1996 to 1999 for the list of 300 leading European box-office films in the European Union in 1996, 1997 and 1998<sup>2</sup>. The analysis examined 72 channels in 15 markets. 20 of these channels turned out not to have broadcast any recent European films. 75 films were found to have been shown in all, with a total of 257 broadcasts, 65% of which were on public-service channels. Over half (51.6%) of the broadcasts of European films by private channels turned out to be of national films. 54.6% of non-national European film broadcasts were in prime-time slots, but this figure is tempered by the fact that virtually 60% of prime-time, non-national European film broadcasts were found in Belgian channels alone.

Audiences

For the five larger countries, tables are given for comparing the position occupied by films in channels' overall programming and the actual audiences commanded by films. It can be seen that there is considerable diversity. In Germany and Spain, for example, two countries with a high proportion of films in the overall programme schedules, audience figures are significantly lower in proportion to their share of the schedules. In the United Kingdom, film viewing figures on the four traditional channels are roughly on par with the proportion of films shown, while the newcomer, Channel 5, has seen its viewing figures boosted by film broadcasts. In Italy, the leading channels (RAIUno, Canale 5, RAIDue) have benefited from broadcasting films, which is not the case for the other channels.



Carne tremula  
Pedro  
Almodovar  
(ES 1997)



### Broadcasting windows longer than those defined in theory

Two thirds of the broadcasts identified concerned films theatrically released in 1996. The main explanation is obviously to be found in broadcasting "windows", the rights window between a film's release date and the date it is broadcast on television, a period that is variable according to the countries. While the results were predictable for films that came out in 1998, the rather small number of broadcasts of films released in 1996 and 1997 indicates that the theoretical period of two years for a window turns out to be longer in practice. Analysis of how old the films broadcast by the ORF in 1998 were, shows that the commonest age for European films is 6 years (77 films produced in 1992) against only 4 years for American films (164 films produced in 1994). It would be interesting to find out if this difference exists in the other countries.

### Differences between box-office and broadcasting audiences

Box-office and broadcasting figures do not seem to be directly related for European films, although *Trainspotting*, the box-office hit of 1996, was also, along with *Il Postino*, the most widely broadcast film in the European countries under review. The film boosted the market share of the channels showing it, with Portugal's RTP2, the Flemish TV2 public-service channel, Italy's Italia 1, Kanal 5 in Sweden and Britain's Channel 4 all showing market shares above their annual averages. However, the relation between box-office and broadcasting figures is highly tenuous: in Belgium and in the United Kingdom, the audience tripled, in Portugal and Spain it doubled, while in Sweden and Germany it was more or less the same and in Ireland it was under the admissions level, even though *Trainspotting* was broadcast in a prime-time slot.

Television broadcasts confirm the low attraction in Europe for national comedies outside their own market. *Werner, Das muss kesseln!*, the film with the second-highest box-office figures in 1996, was broadcast on German television only. *Les 3 frères*, the film that came out third in the European box-office rankings in 1996, was only successful on French

television and in the French-speaking Community of Belgium. When broadcast on lunchtime television in Germany, its market share came out well under the channel's normal audience figures. Films such as *La vérité si je mens*, *Les randonneurs*, *Tout doit disparaître*, *Un air de famille*, *Il Cyclone*, *Così è la vita* had no more success in getting broadcast outside their national market as they did in getting shown in foreign cinemas.

### Inconsistent! results of non-national European films

Non-national European films are rarely given prime-time slots (except on Belgian and French channels) and usually find themselves at the tail-end of viewing time slots. This is why non-national productions suffer erratic results (except for French films shown in the French-speaking Community of Belgium, British films in Ireland and a couple of European films on French channels) and often attract audiences under the channel's normal average, except in the case of American co-productions (*The English Patient*, *Bean*, *Tomorrow Never Dies*) or those the public sees as American (*Le cinquième élément*, *Two Much*) as internationally-known actors are used. European films that had critical acclaim (*Secrets and Lies*, *Breaking the Waves*, *Il postino*,...) and which achieved excellent box-office results across the European market, are usually broadcast on public-service channels where they attract audiences that are under the average for the channels in question. However, it should also be noted that films that have had a successful European release often gain a larger market share with young adults than for the rest of the population.

- 1 See *European Audiovisual Observatory* ([obs@ocs.coe.int](mailto:obs@ocs.coe.int)).  
2 This list has been established on the basis of the systematic collection of data on admissions of films realised in Europe, as undertaken by the European Audiovisual Observatory. This data base will be available at the following address from the 13th November 2000: <http://lumiere.obs.coe.int>



European films on european television

	Total	Channels	National films	Not-national European films		Total
				Prime-time	Outside prime-time	
AT	2	ORF 1/2	0	0	2	2
BE (CFR)	31	RTBF1	0	19	2	21
		RTL TVI	0	9	1	10
BE (VLG)	34	TV1	0	19	3	22
		TV2	0	7	3	10
		VT4	0	2	0	2
DE	33	PRO 7	6	0	2	8
		ARD	2	1	4	7
		RTL2	0	2	2	4
		ZDF	0	0	4	4
		SAT1	4	0	0	4
		ARTE	2	1	0	3
DK	6	VOX	0	2	1	3
		DR2	0	3	1	4
ES	11	TV2	0	1	1	2
		La2	3	0	1	4
		TVE1	4	0	0	4
		Antena 3	0	0	2	2
FI	8	Tele 5	1	0	0	1
		YLE1	0	2	1	3
		Nelonen	0	1	1	2
FR	36	YLE2	0	0	2	2
		MTV3	0	1	0	1
		TF1	20	1	0	21
		FT2	5	4	0	9
GB	17	ARTE	0	1	2	3
		FT3	2	0	0	2
		M6	0	1	0	1
		C4	9	0	2	11
		BBC1	3	0	0	3
GR	6	BBC2	2	0	0	2
		ITV	1	0	0	1
		ET1	0	0	3	3
IE	4	ET2	0	1	2	3
		RTE1	0	3	0	3
IT	30	Network 2	0	1	0	1
		Canale5	7	1	0	8
		RAI1	1	5	1	7
		Rete4	4	1	1	6
		TMC	4	0	0	4
		RAI3	1	2	0	3
NL	14	Italia 1	1	0	1	2
		Ned 3	1	1	6	8
PT	20	Ned 1	0	0	6	6
		RTP2	0	0	11	11
		RTP1	0	0	4	4
		TVI	0	0	3	3
SE	5	SIC	0	0	2	2
		TV5/Femman	0	1	1	2
		Kanal 1	0	0	1	1
		TV2	0	1	0	1
EUR15	257	TV4	0	0	1	1
		Total	83	94	80	257

Number of broadcasts of recent European films by unencrypted TV channels (1996-1999)

