

**COMMISSIONER REDING'S WEEKLY VIDEOMESSAGE  
THEME:**

**"Les films européens doivent mieux exploiter leurs chances dans  
un monde multipolaire "**

**11 May 2009**

**Check Against Delivery  
Seul le texte prononcé fait foi  
Es gilt das gesprochene Wort**

Bonjour et merci d'être présents à ce rendez-vous!

Cette semaine s'ouvre le Festival de Cannes. Vous avez peut-être lu que le film qui en fera l'ouverture est un dessin animé en 3 dimensions. Depuis quelques mois, les images "3D" de haute qualité arrivent dans nos salles de cinéma, en même temps que les projecteurs numériques remplacent les bobines de film, que la vidéo à la demande prend peu à peu la place de nos DVD, que nous allons de plus en plus dans les salles de cinéma pour voir autre chose que des films, par exemple des matchs retransmis sur grand écran ou des concerts. La création cinématographique et l'économie du cinéma sont dans une période de transition historique, comme l'a été le passage du cinéma muet au parlant.

Ils le sont dans un monde de plus en plus complexe et multipolaire et ça se reflète dans l'économie du cinéma: de plus en plus de pays produisent de plus en plus de films, pour répondre aux goûts du public local mais aussi pour exporter – vous savez que Cannes n'est pas seulement un festival de films mais aussi le plus grand marché du film du monde. Par exemple, la Corée du Sud produit deux fois plus de films qu'il y a dix ans, et produit plus de films qu'un pays historique de cinéma comme l'Italie. Et nous voyons que les films vus dans la plupart des régions du monde – sauf aux Etats-Unis et en Inde où la part de marché nationale domine, avec respectivement 90% et 80% – sont de plus en plus divers quant à leur origine.

Ces évolutions sont une chance pour le cinéma européen! Après avoir augmenté nos parts de marché en Europe – alors que la part de marché des films européens en Europe n'était que de 20% il y a dix ans, elle est de 30% aujourd'hui – nous avons la possibilité d'exporter plus, de répondre à la demande croissante de films originaux, porteurs de sens, non stéréotypés; les technologies numériques nous aident à distribuer nos films partout à moindre coût. Ces dix dernières années, je me suis engagée pour que l'Union européenne aide nos industries audiovisuelles à mieux exploiter leurs atouts. Avec le programme MEDIA, l'Europe investit 100 millions d'euros par an dans la formation des professionnels, le développement, la distribution et la promotion des films européens, ce qui complète les deux milliards d'aides nationales à la production. Ces aides sont nécessaires s'agissant d'une industrie stratégique en termes économiques et d'influence culturelle, mais où les risques pour l'investisseur sont importants.

J'ai proposé de compléter le programme MEDIA par un programme dédié à des projets entre professionnels européens et professionnels des industries du film d'autres parties du monde, exploitants de salles, distributeurs, producteurs, écoles de cinéma. Cette idée a été acceptée par le Parlement européen et les Etats membres et le programme MEDIA Mundus va tester jusqu'en 2013 les mécanismes d'une action qui devra prendre ensuite une plus grande ampleur et qui conduira sans doute dans quelques années à la création d'une Agence Européenne du Film, d'une organisation qui pourrait s'appeler "Film Export Europe".

Pour préparer cette montée en puissance d'une dimension externe de notre politique du cinéma, je propose que commence rapidement une concertation entre les industriels européens et les pouvoirs publics, nationaux et européens, pour se fixer des objectifs de part de marché à l'international, pour ensuite y focaliser nos actions. Nous ne devons plus nous satisfaire de montrer nos films européens lors d'un festival du film français au Japon ou une semaine du film européen dans les cinémathèques de Mexico ou de Sydney! Les Oscars allant à des films européens, c'est très bien, mais ça ne suffit pas! Nous devons viser pour nos films une large distribution dans les circuits commerciaux. Par exemple, je souhaite, au moment où l'Union européenne négocie un accord commercial avec la Corée du Sud, que nous visions à atteindre d'ici 5 ans 15% des parts de marché en Corée contre 5% aujourd'hui. Autre exemple: je suis convaincue que nos films peuvent conquérir une part significative des 45% de parts de marché des films étrangers en Chine.

Nos industries du film se renforceront d'autant mieux à l'international qu'elles seront plus fortes en Europe. Ceci passe notamment par une meilleure exploitation du marché intérieur. Beaucoup trop de films européens ne sortent que dans trois ou quatre Etats membres au lieu de dans quinze ou vingt. Car, si les 17 films soutenus par le programme MEDIA qui sont dans la sélection du Festival de Cannes 2009 seront largement distribués en Europe, ça reste trop rarement le cas pour la plupart des 900 films européens qui sortent chaque année. Je souhaite donc que nous regardions de façon pragmatique, avec les professionnels, comment encourager la distribution multi-territoriale des films dans l'Union européenne de manière à accroître la rentabilité de nos films et la force de nos entreprises audiovisuelles.

L'amoureuse des films européens que je suis se réjouit de la sélection cannoise de cette année: un nouvel Almodovar – un de mes cinéastes préférés – nous arrive, ainsi qu'un nouveau Lars von Trier. Permettez-

moi de terminer ce message par un souvenir sur Lars von Trier: celui d'une visite à ses studios danois, Zentropa, il y a quelques années où le grand réalisateur avait invité des dizaines d'enfants et leur avait donné des petites caméras pour filmer ce qu'ils voulaient, contribuant ainsi à leur donner le goût du cinéma et à créer des vocations. Commissaire européen en charge du film depuis dix ans, c'est aussi ce que j'ai essayé de faire: donner le goût du cinéma européen à de plus en plus de femmes et d'hommes en Europe et dans le monde!

Je me réjouis par avance de lire vos commentaires sur ce message.  
Merci de l'avoir regardé!